DIGITAL EDITION

Luglio / Agosto 2019 · anno XXXIII · n. 271

Italia a Tavola

Otus vola alto

Restyling di logo ed etichette



RISTORANTI · HOTEL · PIZZERIE · PASTICCERIE · BAR · AGRITURISMI · ENOTECHE

il direttore

Alberto Lupini



Prosecco, l'oro liquido del Veneto Dopo l'Unesco serve molta unità

Ora l'enogastronomia italiana ha un'arma in più per affrontare e vincere le sfide internazionali. Non ci saranno i blasoni dello Champagne, ma di certo c'è il gradimento dei consumatori di tutto il mondo, che è poi ciò che più conta. Che l'area di produzione del Prosecco Docg, quello "storico" di Conegliano e Valdobbiadene, per intenderci, sia oggi tutelata dall'Unesco non è solo una vittoria dei produttori veneti o del Governatore Luca Zaia (il vero architetto del sistema Prosecco), è un'opportunità per tutta l'Italia che sul food e sul turismo legato alla tavola può e deve puntare con decisione.

Parliamo di colline che producono circa 90 milioni di bottiglie di autentico oro liquido, a cui si collega un'altra area molto più vasta che fra Veneto e Friuli Venezia Giulia arriva a qualcosa come 600 milioni di bottiglie. È un vino-paesaggio che non ha eguali al mondo. Un sistema produttivo e di marketing cresciuto di pari passo con l'espansione economica del nord-est italiano, di cui è uno degli esempi di maggiore successo grazie alla capacità di mettere insieme produttori grandi e piccoli e le istituzioni. Una squadra che negli ultimi anni ha visto come "mister" proprio Zaia, che già da ministro dell'Agricoltura aveva privilegiato in modo deciso il suo territorio di origine.

Qualcuno potrà osservare che forse siamo in presenza di un gigante dai piedi d'argilla, se si pensa che 30 anni fa le bottiglie prodotte erano al massimo 25 milioni, che in alcuni casi ci potrebbe essere ancora l'utilizzo di uve non dell'area e che il metodo Charmat non è paragonabile per complessità a quello della fermentazione in bottiglia metodo Classico (Champagne principalmente); ma una cosa è certa: oggi il Prosecco è sulla cresta dell'onda e rappresenta un fenomeno di costume che non ha eguali. Al punto da essere da tempo diventato un sinonimo di bollicine o spumante. A tanti sarà capitato di sentire ordinare del "Prosecco di Franciacorta" o del "Prosecco Trentodoc". Roba da fare accapponare la pelle agli esperti, ma che più di tante parole esprime il concetto di vittoria a livello popolare di questo vino.

Ora che queste bollicine hanno conquistato un riconoscimento formidabile a livello di immagine c'è solo da augurarsi che nessuno si monti la testa, ma si lavori anzi con ancora più impegno per migliorare la qualità e fare ancora più gioco di squadra, a partire dalle realtà dei diversi consorzi che si sovrappongono e creano a volte confusione.

Non un traguardo ma un punto di partenza: l'iscrizione a Patrimonio dell'umanità Unesco delle colline del Prosecco di Conegliano-Valdobbiadene deve servire per fare ancora di più gioco di squadra, a partire dai consorzi

Per i tuoi commenti cerca il codice 61731 su www.italiaatavola.net

In copertina



Nato nel 2015, con uno sguardo importante ad un mercato che continua ad avere una crescita esponenziale, il Birrificio Otus ha voluto interpretare la sua vocazione all'eccellenza senza perdere di vista le criticità che troppe volte colpiscono queste tipologie di prodotti

Sommario



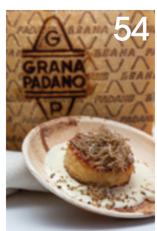
Diffusione media mensile: 65.000 COPIE (STAMPA) 285.000 COPIE (DIGITALE)


34


36


40


46


54


56


72


94


108


126

Cerca gli approfondimenti su www.italiaatavola.net

Questo simbolo in coda a un articolo indica che sul quotidiano online www.italiaatavola.net ci sono versioni più ampie del testo, approfondimenti o gallery fotografiche consultabili inserendo nel campo cerca per codice o parola chiave il numero che lo affianca.

Questo simbolo indica che c'è un video

Cambiamo prospettiva sulla plastica
Questa bottiglia in PET non inquina se ci aiuti a riciclarla



"FERRARELLE È LA PRIMA AZIENDA DI ACQUA MINERALE A SOTTRARRE ALL'AMBIENTE 23.000 TONNELLATE DI PLASTICA ALL'ANNO.

Nel nuovo stabilimento di Presenzano ricicliamo bottiglie di plastica per produrne di nuove fatte al **50% di R-PET (pet riciclato)**, il massimo consentito dalla legge italiana.

RICICLARE PUÒ SEMBRARE UN PICCOLO GESTO, COME UNA GOCCIA NEL MARE, MA SOLO UNENDO TANTE GOCCE POSSIAMO FARE LA DIFFERENZA."

Michele Pontecorvo
Vicepresidente e Consigliere Delegato
alla Responsabilità Sociale Ferrarelle Spa

#OGNITUAGOCCIAVALE



INQUADRA QUI

FERRARELLE.IT/RPET

Ferrarelle®
Liscia, Gassata o Ferrarelle?

GUARDIAMO DA UN'ALTRA PROSPETTIVA

Rocco Pozzulo
Presidente Nazionale Fic

Benedette **vacanze** Ma non per tutti...

Il nostro turismo ha in sé "geni positivi", soprattutto se fa entrare nelle casse italiane valute importanti come il dollaro americano, lo yen giapponese, lo yuan cinese, il rublo russo e altre monete di stati economicamente emergenti. Ma tutto ciò può portare anche degrado e rischi non indifferenti con conseguenze negative. È ancora vivo in noi il ricordo dell'incidente avvenuto nella laguna di Venezia, dove una grossa nave da crociera ha speronato un battello fluviale da turismo ormeggiato nel canale della Giudecca. Numerose le polemiche e le contestazioni riguardo l'opportunità di far transitare questi "palazzi" galleggianti in una città "fragile" come Venezia. Ma, si sa, il "dio denaro" fa molti discepoli e spesso certi interessi vengono anteposti ad altri.

Per la categoria dei cuochi il turismo è un importante indotto lavorativo, specie quello stagionale e per i più giovani. Ci sentiamo "parte lesa" quando gli amministratori eletti non sono in grado di tutelare e salvaguardare le fonti di ricchezza del nostro Paese. Lo devono fare a beneficio di tutti e indistintamente, senza innescare conflitti sociali e situazioni di disagio e disaffezione del turismo stesso. Ma è un lavoro che non possono fare da soli, dobbiamo anche noi, nel nostro piccolo, fornire idee e condividere progetti.

Un esempio positivo è il festival "CVTà - Street Fest", nato da pochi anni in un angolo suggestivo del Molisano, nel borgo di Civitacampomarano (Cb). Il progetto prevede che noti artisti, provenienti anche dall'estero, dipingano gli edifici del centro storico per creare opere murali, valorizzando e facendo riscoprire il paese e le sue attività economiche. La street art di Civitacampomarano non passa inosservata e ad ogni edizione attira l'interesse della stampa e della televisione, favorendo una sempre maggiore affluenza che esalta le opportunità di un turismo "sano".

Mai come in questo periodo dell'anno il mondo dei viaggi e delle vacanze è in subbuglio. Il nostro Paese è meta di numerosissimi stranieri desiderosi di visitare e godere delle nostre bellezze, uniche al mondo



A livello personale e in veste di presidente Fic, mi sento orgoglioso di aver potuto organizzare l'Assemblea nazionale Fic nel 2017 a Matera, Città dei Sassi e Capitale europea della cultura 2019, così come la prossima Festa nazionale del Cuoco (13-14 ottobre). Tutto ciò incentiva un'affluenza massiccia da tutta Italia di persone che vanno alla scoperta di una straordinaria pagina scritta dall'uomo attraverso i millenni. La Fic è pronta per questo tipo di lavoro, aprendo con tutti i soggetti coinvolti anche a livello istituzionale un dibattito costruttivo, dal quale potrebbe scaturire una visione nuova di turismo di qualità e sostenibile, che certamente ridimensionerebbe le possibili minacce e che esalterebbe tutte le opportunità.

Un augurio di buon lavoro a tutti!

Rocco C. Pozzulo

Per i tuoi commenti cerca il codice 61716 su www.italiaatavola.net

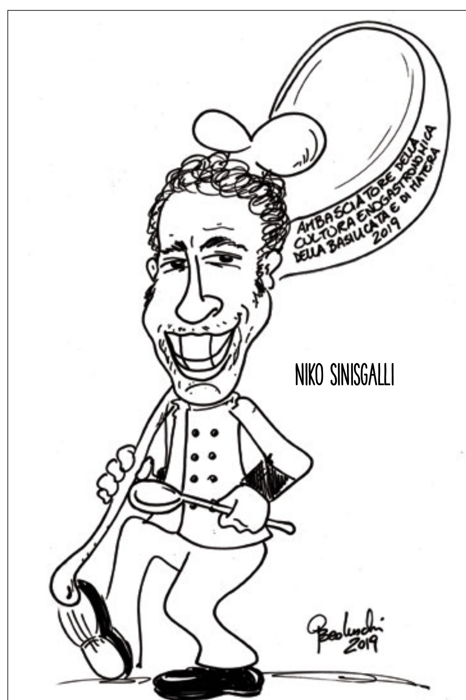


Enrico Derflingher

Presidente Euro-Toques International e Italia



Il cuoco, oltre la cucina
A tavola si racconta il territorio



Niko Sinisgalli ambasciatore in cucina per Matera 2019: un privilegio che rivela una delle più importanti colonne portanti di Euro-Toques, la valorizzazione della propria terra e delle proprie tradizioni

È con grande piacere ed entusiasmo che io e tutti i soci Euro-Toques abbiamo appreso della nomina di Niko Sinisgalli ad "Ambasciatore di messaggi provenienti dalla Basilicata, dalla provincia di Matera, da Matera Capitale europea della cultura 2019". Un titolo, questo, decisamente meritato da Niko, grande amico, cuoco ed anche pasticcere - il suo buffet di dolci in occasione di una delle serate organizzate dall'Andrea Boccelli Foundation ancora viene ricordato da ospiti come Harrison Ford e Nicholas Cage. Tuttavia la cosa più importante è la mission che da una parte questo ruolo porta con sé e che dall'altra ha da sempre caratterizzato la quotidianità ai fornelli di Niko Sinisgalli: valorizzare il proprio territorio. È questo uno dei capisaldi della nostra associazione e Niko ne è tra i "rappresentanti" più autorevoli. Nonostante sia diventato un cuoco di successo e tendenza, anche a Roma Capitale non dimentica le sue origini ed, anzi, le racconta nei suoi piatti, facendo così conoscere la cucina lucana e la Basilicata tutta ai migliaia di turisti in visita a Roma.

La Lucania è una terra di grandi prodotti e di grandi uomini che ancora lottano per mantenere vive le proprie tradizioni. Una terra che, però, spesso viene data per scontata, accantonata, dimenticata... È proprio in questo contesto che il cuoco deve entrare in azione, utilizzando non solo il proprio talento ma anche il proprio attualissimo ruolo mediatico, così da rilanciare la storia gastronomica di un intero territorio.

Questo fa Niko con la Lucania, questo faccio io a Taiwan con la cucina italiana tutta, questo fanno tutti i nostri associati, fedeli ai nostri valori associativi e alla storia della tavola nel proprio territorio.

Per i tuoi commenti cerca il codice 61789 su www.italiaatavola.net

Federico Anzellotti
Presidente nazionale Conpait

La pasticceria italiana spicca il volo accademico



La formazione decolla e a livello europeo. Di strada bisogna percorrerne ancora, ma un primo passo è stato compiuto. Abbiamo varcato, finalmente, un confine e tagliato un traguardo che ci incoraggia a proseguire

Si è concluso da pochi giorni il primo corso universitario riconosciuto di pasticceria. Dopo una lunga progettazione e gestazione - che ha visto la costituzione di un'Ati (Associazione temporanea di imprese) a opera di Conpait (Confederazione pasticceri italiani), Università di Pescara, Scuola paritaria di Pescara e Istituto alberghiero De Cecco di Pescara - è andato in archivio il primo corso universitario di alta formazione per pasticcere: l'Ifts (Istruzione formazione tecnica superiore) di Pasticceria. Un risultato ottenuto grazie anche al fondamentale finanziamento della Regione Abruzzo.

Per due anni accademici, 22 allievi e 4 uditori hanno potuto studiare, con docenti dell'università e maestri pasticceri associati Conpait, comunicazione, chimica, biologia, storia delle materie prime, tradizione dolciaria, in aggiunta alle tecniche innovative della pasticceria. Un impegno che si è articolato in 1.000 ore di teoria e pratica, di cui 400 in aula, 300 in laboratorio e altre 300 in ambito di tirocinio formativo.

Questo corso, in linea con le qualifiche europee e compatibile con il rilascio del 5° livello Eqf (European qualifications framework, quadro europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente), è stato fortemente voluto da Conpait e da me come suo presidente.

È sicuramente un tassello fondamentale per il riconoscimento ufficiale e ad ampio respiro della professione di pasticcere (che richiama peraltro il progetto #laureaccoglienza, ovvero la proposta, lanciata due anni fa da Italia a Tavola, di istituire un corso di laurea incentrato sull'Hospitality). Vantare un titolo riconosciuto a livello europeo innalza la nostra professione e ci rende competitivi sui mercati internazionali. Ma non ci si deve sedere sugli allori. Questo successo deve rappresentare uno stimolo. Infatti stiamo già lavorando per trasformare l'Ifts in laurea breve con successiva specializzazione.

Federico Anzellotti

Per i tuoi commenti cerca il codice 61738 su www.italiaatavola.net

Un tipo davvero forte.

**Un altro grande passo avanti nel campo del bio:
la farina macinata a pietra tipo 1 "Forte".**



Nata dalla ricerca Molino Grassi, la "Forte" è ricca di parti cruscali, con vitamine, minerali e fibre ideali per la produzione di alimenti a ridotto indice glicemico. La sua ottima stabilità permette lavorazioni anche con alte idratazioni, con lievitazioni e maturazioni degli impasti da 24 a 72 ore. È ideale per la preparazione di pizze al piatto, pala romana, focacce e pane.



Bio, logico.

www.molinograssi.it

Marco Reitano

Presidente Noi di Sala

Il servizio di sala è come un'onda da surfare



L'estate è arrivata e per una grossa fetta del personale di sala della ristorazione arrivano interminabili giornate di lavoro, caratterizzate da ritmi estenuanti e ricche sudate

Vorrei dare qualche consiglio di sopravvivenza utile in questi mesi oserei dire "bollenti". Cominciamo col dire che nella ristorazione il 70% della riuscita del pranzo è data da tutta quell'organizzazione che c'è a monte, i preparativi, la mise en place, tutti gli eventuali dettagli di cui siamo a conoscenza prima dell'arrivo dell'ospite. In effetti, avere un buon "piano d'attacco" ci pone in una condizione di vantaggio nei confronti del cliente stesso. Quindi, sì all'abbondante materiale a disposizione, piatti, posate, bicchieri e tovaglioli, che devono essere riposti il più possibile vicino alla sala così da evitare inutili cavalcate per rimpiazzare ad esempio un semplice cucchiaino. Ben venga una corretta analisi del planning dei tavoli e degli ospiti così da anticipare eventuali richieste di cui siamo già a conoscenza.

Durante il servizio poi, come da manuale, consiglio di usare sempre più la testa al posto delle gambe, come nel caso in cui dalla cucina portiamo un piatto al cliente e ritornando nel back office porteremo invece i piatti sporchi sbarazzati dal tavolo limitrofo o incontrato sulla via di ritorno. Il servizio di sala è "ritmo", corretta scelta dei tempi, come in una gara di surf: i primi tavoli vanno prontamente serviti così da essere poi ben saldi sulla nostra surfboard in attesa dell'onda successiva, e via dicendo. Non sono ammessi rilassamenti o tempi morti durante il momento della grande "onda": questi comprometterebbero il servizio travolgendoci sott'acqua e costringendoci poi ad una vera e propria apnea per recuperare...

Siamo di fronte ad una competizione, da affrontare con strategia e concentrazione. Consiglio: il sorriso è un'arma che non dovremmo mai dimenticare; nei momenti di difficoltà ci farà guadagnare sempre qualche istante prezioso! Tornando all'aspetto "agonistico" del momento di servizio, consiglio a tutti i colleghi di bere tanta acqua, sedersi a tavola e fare pasti corretti prima dell'arrivo del cliente, senza fretta, evitando di mangiare cibi pesanti o che richiedono una lunga digestione. Alla fine un intenso servizio mantiene il nostro fisico in attività e ci fa risparmiare sulla palestra e sulle eventuali alzate mattutine per andare a correre! Ultimo consiglio: non dimenticate mai un cambio divisa di scorta e... il deodorante! Buon allenamento a tutti.

Marco Reitano

Per i tuoi commenti cerca il codice 61706 su www.italiaatavola.net

Valerio Beltrami

Presidente Amira

L'olio extravergine in tavola
Primo capitolo di un racconto

Gli ultimi approfondimenti di questa rubrica hanno avuto come oggetto la carta dei vini e le acque minerali, elementi di primo piano nell'ambito del servizio. Ora mi preme puntare l'attenzione su un tema altrettanto importante: l'olio extravergine di oliva al ristorante. Siamo molto preparati su come abbinare un vino a un piatto o consigliare un'acqua, in quanto non sono tutte uguali e ognuna vanta una carta d'identità ben precisa. Ci siamo però un po' "seduti" per quanto riguarda l'olio e la sua cultura, che nel nostro Paese rappresenta un universo composito e ricchissimo.



Tanto per cominciare, un extravergine di alta gamma va servito accompagnato da un ottimo pane. La clientela comincia così a stuzzicare ed esaltare il palato nell'attesa di dare il via al pasto. Un incipit che diventa anche conoscenza.

Certo, rispetto al passato molte cose sono cambiate. All'inizio della mia carriera esistevano le oliere che venivano riempite e poi portate in tavola. Oggi, per fortuna, la legge non ammette più questa pratica "carbonara", da dietro le quinte. L'olio al ristorante deve essere presentato in contenitori etichettati, forniti di dispositivo che eviti che il contenuto possa essere aggiunto e modificato. Questa la normativa, al maître il compito promuoverne il contenuto con una narrazione di cultivar e territori.

> Le carte degli oli sono una realtà, ma troppo spesso ci si limita a mettere una bottiglia sul tavolo senza fornire spiegazioni al nostro ospite su tipologie, origine, caratteristiche. Un maître deve saper andare oltre

Dobbiamo fare in modo che l'olio extravergine di oliva diventi il primo capitolo di un racconto seducente che è il pasto. Gli oli, come i vini e le acque, rappresentano una regione, una provincia, un comune. E noi dobbiamo portare in tavola diverse identità di zona, da abbinare ad ogni portata. L'olio va raccontato ed enfatizzato. Una promozione che potrebbe lasciare il segno nel nostro ristorante, anche a vantaggio degli ospiti stranieri, potrebbe consistere nel tenere in casa un campionario di bottiglie da 100 ml, di differenti tipologie, da donare alla clientela.

Per i tuoi commenti cerca il codice 61702 su www.italiaatavola.net

Alessandro D'Andrea
Presidente Associazione direttori d'albergo

Grandi eventi sportivi
Gli hotel si preparino all'accoglienza



Milano-Cortina si è aggiudicata l'edizione 2026 delle Olimpiadi invernali. Cortina ospiterà inoltre i mondiali di sci nel 2021, quando a Roma si svolgerà anche la Ryder Cup di golf. Senza dimenticare gli appuntamenti sportivi di importanza globale che ogni anno si ripetono nel nostro Paese, dal Giro d'Italia agli internazionali di tennis, dalle tappe del Motomondiale al Gran Premio di F1 e altre ancora.

Quando si ospitano gruppi di persone provenienti da ogni paese del mondo, in particolare per attività così specifiche come quelle sportive, vi sono mille attenzioni che un hotel, a partire dal suo direttore, deve prendere in seria considerazione per poter offrire un'accoglienza ed un'esperienza di soggiorno indimenticabili, ma soprattutto corretta e senza intoppi. Gli atleti in genere seguono una dieta rigida, non solo per quanto riguarda le pietanze ma anche gli orari e il numero di pasti. Per questo aspetto vi è spesso un contatto con un "loro" chef che coordina le attività della cucina dell'hotel.

Quanto è legato lo sport di livello internazionale con il mondo alberghiero? Le persone che si muovono intorno a questi eventi sono, oltre che un numero considerevole, anche ospiti con diverse aspettative ed esigenze

Ma bisogna anche conciliare tutte le richieste con la normale routine del lavoro. A questo punto entrano in gioco anche gli altri ospiti, al seguito degli sportivi (accompagnatori, supporters, pubblico, stampa...), che magari non hanno una dieta alimentare così rigida ma comunque abitudini che devono essere rispettate, per cultura o per religione.

Anche il tempo libero da trascorrere in hotel è fondamentale perché un atleta, oltre agli impegni sportivi, ha una serie di esigenze che dobbiamo riuscire a soddisfare. Ed essendo ogni sport diverso da un altro, bisogna sapersi adattare a diversi tipi di richieste. Per ospitare correttamente un evento sportivo, e questo vale sia per le strutture ricettive che per la destinazione in generale, è fondamentale conoscere la cultura di uno sport e apprenderne le peculiarità, dal punto di vista tecnico-sportivo e anche ricreativo.

Questa capacità di mimetizzarsi da "addetti ai lavori", cambiando costantemente le proprie abitudini in base alle diverse richieste, è un aspetto molto delicato ma altresì fondamentale per riuscire a raggiungere l'obiettivo di soddisfare l'ospite legato al mondo dello sport. E all'interno di un albergo è compito del direttore riuscire a coordinare tutto questo macchinoso lavoro.

Per i tuoi commenti cerca il codice 61720 su www.italiaatavola.net



Genware
CHS®
GROUP
Ispirazioni
e soluzioni
chsgroup.it

EUROPEAN HOTEL MANAGERS ASSOCIATION

Ezio Indiani

Presidente European Hotel Managers Association



Delegare, un'arte da perfezionare

Non riesci a completare i lavori che ti prefiggi di portare a termine? Non riesci a dedicare il tempo necessario alla pianificazione e alla strategia aziendale? Lavori troppe ore a scapito dei tuoi interessi personali e di famiglia?

Saper delegare ci crea tempo extra per poter lavorare meglio, fissare le priorità nel giusto ordine, pianificare meglio ed essere più incisivi nel nostro lavoro e nel tempo libero. Delegare è un grande strumento motivazionale e aiuta a creare un grande rapporto di fiducia con il proprio team. Delegare significa far crescere i collaboratori e creare i nuovi manager per la propria azienda.

Come delegare? Saper delegare con cognizione di causa è molto importante. Comunicare in modo preciso e senza equivoci l'obiettivo da raggiungere, fissare i paletti entro i quali raggiungerlo, dare una tempistica precisa e ragionevole, chiarire bene che cosa ci si aspetta dal collaboratore e mettersi a disposizione perché il collaboratore possa contare su di noi per ulteriori chiarimenti, se necessario.

Una volta delegato un progetto, non si deve assolutamente controllare e/o intervenire in continuazione su ogni piccolo dettaglio ma pianificare delle riunioni settimanali con il delegato per monitorare che i progressi siano costanti e in linea con le aspettative. Così si controlla il progresso del progetto e non la persona. Saper delegare al meglio sta anche nella capacità del manager di delegare alle persone più appropriate per portare avanti un determinato progetto, visto che siamo tutti diversi e con caratteristiche diverse. Conoscere il proprio personale diventa cruciale per una delega efficace alla persona giusta.

Generalmente le persone preferiscono ricevere deleghe di progetti che le impegnino al di là della propria "comfort zone" invece di progetti che possono affrontare ad occhi chiusi. Questi sono i progetti che più di ogni altro motivano e fanno crescere le persone. Un'azienda che non abbia un sistema attitudinale alla delega non è proiettata verso il futuro e avrà sempre di più problemi operativi.

Il tempo è la cosa più importante che abbiamo e dobbiamo usarlo al meglio. Spesso si pensa che sia più opportuno svolgere le mansioni in prima persona invece di affidarle a collaboratori. Niente di più sbagliato



Per i tuoi commenti cerca il codice 61693 su www.italiaatavola.net



CINDY CRAWFORD
www.sanbenedetto.it
SANBENEDETTO
Premium Water
FRIZZANTE
SANBENEDETTO
Premium Water
NATURALE
ANTICA FONTE DELLA SALUTE
ANTICA FONTE DELLA SALUTE



Ernesto Molteni

Presidente ABI Professional



Formazione per barman sempre più specializzata

Il corso base per barman fino ad ora è stato il più richiesto da chi voleva entrare nel nostro settore, soprattutto da parte di chi voleva specializzarsi nei drink miscelati classici o doveva aprire un bar e aveva la necessità di saperne di più. Oggi invece, grazie alla disponibilità delle aziende produttrici di farsi carico della formazione tramite dei master "brandizzati" con la partecipazione di figure professionali note grazie ai social, vi è la richiesta di Box formativi specializzati su alcuni argomenti.

Questi spaziano dalla mixology al bar chef, dalla conoscenza e utilizzo di spezie ed erbe aromatiche all'impiego di nuovi prodotti originali (spesso riprendendo distillati e liquori di un tempo che non vengono più prodotti da anni), dalla conoscenza e miscelazione di distillati di canna da zucchero e agave (senza contare il sakè e altri prodotti asiatici simili ottenuti da riso e cereali) al flair specializzato, dai corsi di wine corner e wine mixology fino alla degustazione organolettica di sommellerie. I corsi così sviluppati sono più immediati, più economici e meno impegnativi per quanto riguarda i tempi di partecipazione, mentre un corso classico richiede almeno un mese e mezzo con un impegno costante che talvolta crea problemi rispetto alle esigenze di un professionista che nel nostro settore ha sempre poco tempo a disposizione.

Oggi c'è una forte richiesta di argomenti specializzati. Una delle soluzioni più gettonate sono i "Box formativi" che prevedono una full immersion di uno o due giorni per imparare il più possibile su un argomento

*Abi Professional ha creato dei Box formativi di questo tipo, almeno una dozzina della durata di un giorno o due a seconda della materia, a prezzi molto convenienti, tenuti e gestiti da grandi professionisti del settore che hanno partecipato a loro volta ad un corso di formazione per formatori. Ai partecipanti viene dato un attestato di partecipazione cumulativo. A coloro che partecipano con esito positivo tramite prova d'esame a un determinato numero di corsi verrà rilasciato, una volta raggiunto un certo punteggio, l'attestato di Master bartender. Il tutto è descritto sul sito di Abi Professional e per ulteriori informazioni si può contattare il Centro formazione (**www.abiprofessional.it/centro-formazione**).*

Concludo sottolineando a tutti coloro che intendono svolgere la nostra professione, in particolar modo i giovani, come sia importante partecipare e vivere i corsi classici e di merceologia perché in tutti i mestieri prima di specializzarsi in qualcosa bisogna sempre imparare i principi della scuola classica e saper fare i drink storici e internazionali. Oggi tanti giovani che si dedicano alla mixology non sono in grado di riproporli come si faceva tempo fa...



DA CAROSELLO: "CIMABUE, CIMABUE, FAI UNA COSA, NE SBAGLI DUE"

Per i tuoi commenti cerca il codice 61700 su www.italiaatavola.net



OTUS

BIRRIFICIO











Vola alto il Birrificio Otus
Restyling di logo ed etichette

Nato nel 2015, con uno sguardo importante ad un mercato che continua ad avere una crescita esponenziale, il Birrificio Otus ha voluto interpretare la sua vocazione all'eccellenza senza perdere di vista le criticità che troppe volte colpiscono queste tipologie di prodotti. Ha fatto sua la forza di garantire birre costanti nel tempo e disponibili in via continuativa, con grande attenzione ad elementi fondamentali quali il packaging o il posizionamento in esclusiva nel canale della ristorazione e dei pub-bar.



AMBRANERA

Per la questa oatmeal vengono utilizzati abbondanti quantità di avena che determinano cremosità e morbidezza al palato. In questa ricetta ne son presenti ben 7: Pale Ale, Crystal, Coffee, Chocolate, Black, Oat e Golden Naked Oat; il luppolo Magnum è poco presente nel profilo aromatico. In bottiglia da 33 cl e fusto da 24 litri.

AUSTRALE

Il luppolo è il protagonista di questa birra, utilizzato abbondantemente in sala cottura e a freddo (dry hopping). Vengono impiegati due luppoli americani di nuova generazione (Eureka e Azacca) e un luppolo Australiano (Enigma). I malti impiegati sono Pils, Caramel Aromatic e Caramber. In bottiglia da 33 cl e fusto da 24 litri.

OS7

La strong ale di Otus trae origine da quelle tipologie di birre che si sono diffuse nelle abbazie belghe con gradi alcolici elevati, zuccheri speciali e lieviti tipici. I malti utilizzati sono Pils, Carapils e Monaco 1, mentre i luppoli sono i tedeschi Magnum, Tettnanger e Blanc. In bottiglia da 33 e 75 cl e fusto da 24 litri.

SIDE B

Interpretazione di uno stile nato in Belgio, dove vengono utilizzati frumento locale e agrumi calabresi (limone, bergamotto e arancia amara), mentre le spezie utilizzate donano note floreali, agrumate e fruttate. Dopo il primo impatto fresco, l'amaro è praticamente assente. In bottiglia da 33 e 75 cl e fusto da 16 litri.

PILS

Birra a bassa fermentazione ad ispirazione tedesco-ceca, con luppoli continentali e oceanici. Tra i malti troviamo Premium Pils, Carapils e Carahell, mentre i luppoli sono i tedeschi Magnum e Tettnanger, il ceco Saaz e l'australiano Ella. Perfetta per tutte le occasioni. In bottiglia da 33 e 75 cl e fusto da 24 litri.

LOLIPA

Le Ipa sono birre giocate essenzialmente sul luppolo; in questa ricetta si utilizza il giapponese Sorachi Ace e gli americani El Dorado e Mosaic, che donano aromi morbidi di agrumi, spezie e resina. La base maltata è delicata ed è rappresentata dai malti Pils e Crystal. In bottiglia da 33 e 75 cl e fusto da 24 litri.

RED VOLUTION

Interpretazione di uno stile che nacque in Germania nella città di Einbeck (da qui il nome Bock). Per questa specialità vengono usati i malti Pils, Vienna, Caramel Aromatic, Carared e Carafa; mentre i luppoli sono i tedeschi Tettnanger e Saphir e lo sloveno Styrian Wolf. In bottiglia da 33 e 75 cl e fusto da 24 litri.

WINTER MOON

È la birra stagionale più importante del birrificio. In stile belga a metà tra una Dubbel e una Tripel. Una birra dal tono alcolico importante con una componente aromatica che avvolge il palato. Per questa stagionale si utilizzano delicati malti torrefatti, caramello e lievito belga. In bottiglia da 75 cl e fusto da 24 litri.

RED & GO

È una birra che si ispira alle bitter inglesi o alle red ale irlandesi, spillate nei pub d'oltremanica. Vengono impiegati 5 malti (Pale, Monaco 2, Aromatic, Cararoma e frumento) e 3 luppoli (Magnum, Tettnanger e Cascade). I malti caramellati donano sfumature rosse e toni dolci. In bottiglia da 50 cl e fusto da 24 litri.

B5

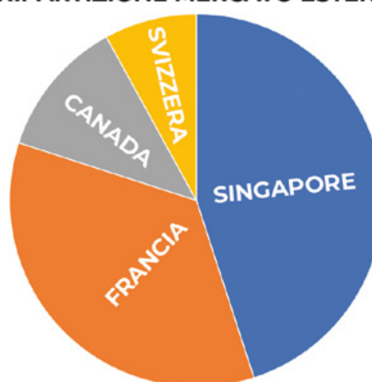
È una birra che prende ispirazione dalle Hell tedesche; la ricetta prevede malto Pils, Carapils e Monaco 2, mentre i luppoli sono il tedesco Magnum e il ceco Saaz. Una birra essenziale, assai equilibrata. Profumi piacevolmente erbacei e dal sapore leggermente mieloso. In bottiglia da 50 cl e fusto da 24 litri.



Nel 2018, secondo il report pubblicato da AssoBirra, il comparto della birra è riuscito a registrare un +4,7% della produzione nazionale di birra, con un incremento delle birre speciali del 115% negli ultimi 5 anni, unitamente alla valorizzazione dei territori e delle loro peculiarità, tra cui anche le materie prime locali. Anche il consumo è aumentato, nella misura del 3,2%, raggiungendo il suo massimo storico. Ma è il settore della birra artigianale che fa registrare un vero e proprio boom. Oggi i birrifici sono 862, per una produzione di 504mila ettolitri, in crescita del 4,3% sul 2017.

Due sono le motivazioni più importanti alla base di questo fenomeno. La prima ricade nel mondo amatoriale, dove sostanzialmente si decide di spingere la produzione casalinga verso il mercato Horeca. La seconda, invece, risiede nell'esigenza di dare vita ad un progetto ben definito, con obiettivi e traguardi da raggiungere, dove l'aspetto imprenditoriale emerge in modo significativo. È proprio da quest'ultimo contesto che trae ispirazione il Birrificio Otus di Seriate (Bg).

RIPARTIZIONE MERCATO ESTERO



La vera forza del Birrificio Otus è stata proprio quella di costituire un birrificio artigianale, legato alla produzione di qualità, con un marcato spirito imprenditoriale nella sua gestione. A partire dal nome - "Otus" è il termine scientifico che definisce la famiglia degli strigidi, gli uccelli rapaci notturni, che richiamano un carattere vigile, attento ma anche saggio - si è voluto ispirare la produzione alle effettive richieste di mercato grazie all'elaborazione di una perfetta strategia nel perseguire il



lavoro con grande attenzione e molta pazienza. In più, la maestria, che l'immagine del gufo sapiente richiama, è personificata nel lavoro preciso e competente del birraio, Alessandro Reali.

Passione, ricerca, competenza tecnica: il birrificio persegue costantemente la ricerca della qualità, che significa ricerca e selezione minuziosa delle materie prime, artigianalità sapiente di tecniche antiche e una continua innovazione. L'intenzione è di creare birre diverse, con forte personalità ma uguali a se stesse in modo da guidare il consumatore verso una maggiore consapevolezza della varietà sensoriale e gustativa che il mondo della birra offre.

La ricerca della qualità di Otus è costante in tutto il processo produttivo, a partire dalle materie prime e dall'uso dell'acqua. La qualità autentica nasce infatti dalle migliori materie prime e dall'artigianalità, che significa tecniche antiche, gesti misurati e un'infinita passione per la creazione di prodotti unici, con ingredienti e procedure naturali. Le birre sono così frutto del connubio tra tradizione e innovazione, reinterpretando in modo originale stili e tipologie di prodotto. La continua ricerca di qualità e di prodotti differenti non è solo una passione ma è anche un punto fondamentale dell'azienda: oltre alla ricetta, la birra deve arrivare al consumatore sempre al massimo della qualità e della freschezza per poter offrire un prodotto costante nel tempo.

A completamento di questo percorso, dopo soli 40 mesi, il birrificio decide di dare una più marcata identità al prodotto artigianale attraverso un restyling del logo e, di riflesso, a un'inedita linea grafica per ogni singola birra, in modo da raccontare una storia unica per ogni birra. La produzione è caratterizzata da 7 birre ad alta fermentazione e 3 a bassa fermentazione, tutte a lavorazione in isobarica. I formati delle bottiglie sono da 33 cl, 50 cl e 75 cl, secondo la tipologia, oltre all'innovativo fusto con sacca da 24 litri a perdere. cod 61636

Birrificio Otus
via Rumi 7 - 24121 Seriate (Bg)
Tel 035 296473
www.birrificiootus.com

Cucina, sport e tanti sorrisi Ristogolf entra nel vivo



Enrico Cerea e Davide Palluda durante lo showcooking

Una splendida giornata d'estate, il 5 giugno scorso, ha accompagnato i Ristogolfisti durante la seconda tappa del Circuito Ristogolf 2019 by Allianz nella suggestiva cornice del Golf Club Monticello, nel Comasco. A dare il buongiorno ai partecipanti una ricca colazione di Pasticceria Cova Montenapoleone 1817 e la giusta carica di caffè offerta da WeFor Nespresso Professional. Scesi in campo, alla buca 3 la Pasticceria Cova ha accolto i giocatori con delle dolci Miniature d'eccellenza abbinate a Forte Rosso di Mesa by Santa Margherita Gruppo Vinicolo. Alla buca 5, con Koppert Cress e lo chef Pier Giorgio Parini, una vera sfida scoprire gli ingredienti della sua preparazione: Tartare di Narce, sesamo, limone, Zorri Cress, Basil Cress e Melissa Cress, accompagnato da Rosa Grande di Mesa.

Alla buvette successiva lo chef Antonio Pepe del Ristorante Atmosfera di Monza era pronto con un morbido maialino nero, mela rossa, noci di macadamia e biete, ideale con Buio Buio di Mesa. Alla buca 12 l'abbinamento perfetto: pizza gourmet by Molino Dallagiovanna e Champagne Pommery Brut Apanage.

Profumi d'estate con ravioli di melanzane con pomodori ai sapori mediterranei e nuvola di burrata dello chef Vittorio Tarantola del Ristorante Tarantola, insieme a Opale di Mesa. A chiudere il percorso il panino dei sogni: Bao dell'alpino by Ristorante Da Vittorio con il cocktail "Segna and Tonic" di Grappa Segnana. Ad alleviare i giocatori dalla calda temperatura, acqua Surgiva naturale, frizzante e mossa.

Rientrati dal campo, il mondo della mixology con Bulk ha svelato i segreti della preparazione di un cocktail speciale: Chocolate Effervescence. A seguire, sulle cucine Bulthaup e Samsung, gli chef ospiti Davide Palluda del Ristorante All'Enoteca, con linguine con ragù di galletto e confettura di cipolle agrodolci by L'Architettura del Gusto, ed Eduardo Gadda di Pasticceria Cova Montenapoleone 1817 con il bonet.

Dopo le consuete premiazioni, l'atmosfera era perfetta per rilassarsi, raccontarsi aneddoti dal campo e godersi il menu preparato dal Ristorante Da Vittorio dei fratelli Cerea con i loro Mezzi paccheri alla Vittorio, anche in versione fusilli Massimo Zero. Fine cena con buffet di dolci, caffè Nespresso by WeFor, cocktail whisky The Glenlivet by Bulk, degustazione di grappe Segnana, cioccolato Cacao Barry e sigari Compagnia Toscana Sigari. Con il calore della serata è terminata un'altra giornata di buon cibo, golf e soprattutto tanti sorrisi.

cod 61625

Per informazioni: **www.ristogolf.com**

Claudio Sadler in veste golfistica (a destra) con un giocatore



SOTTO LA TOQUE: CURIOSO, GOLOSO, CREATIVO

Abbiamo sollevato il cappello a Gabriele Giacomucci



di Carla Latini



Il Ristorante La Gioconda, da poco rinnovato nell'illuminazione, oggi appare ancora più caldo e accogliente. Alle pareti quadri contemporanei. Anche il menu è una piccola opera d'arte. I piatti sono disegnati dagli ingredienti che li compongono. Per la Carbonara di verdure: spaghetto, carota, melanzana, uovo, pomodoro e cacio. In cucina la sous chef è mamma Carla, che mi racconta il condimento per gli spaghetti alla carbonara di verdure. Alcune stufate nel forno, altre saltate in padella. Il segreto di questa carbonara sta nella cottura del pomodoro che diventa quasi "conserva". Unito all'uovo ne accentua il colore. Questo piatto raggiunge il suo apice nella stagione del tartufo nero.

Gabriele Giacomucci è il mago dei polli al forno, delle faraone ripiene e delle costate con carni assolutamente locali o estere di grande pregio. Le corrette frollature ne conservano tutte le preziose proprietà. Gabriele mi ricorda le diverse cotture dei volatili divise per petto, ali e cosce. Durante l'inverno il menu di cacciagione è gaudente e succulento e attira clienti dalla costa. Cagli è al confine con Toscana e Umbria. Risente dell'influenza positiva delle due regioni. Il turismo estivo è un turismo colto, che viene soprattutto dal Nord Europa. Gode dell'aria frizzante della montagna e delle animazioni serali che accendono la notte. Trascorrete un paio di giorni a Cagli. Ogni stagione, in mezzo a queste montagne, ha il suo fascino. E una cena alla Gioconda sarà il modo giusto per entrare nell'anima di questo affascinante territorio marchigiano. cod 61741

Da bambino cosa sognavi di diventare?	Potrà sembrare strano ma sognavo di diventare chef
Il primo sapore che ti ricordi.	Le carote che mio nonno coltivava nel suo orto
Qual è il senso più importante?	La vista: non c'è buono senza il bello
Il piatto più difficile che tu abbia mai realizzato.	Lo spaghetto al pomodoro
Come hai speso il primo stipendio?	Per comperarmi un termometro per cotture
Quali sono i piatti da provare assolutamente?	Le tagliatelle al tartufo bianco, l'insalatina di ovuli freschi e il carpaccio con gli spignoli che faccio io
Cosa non manca mai nel frigo di casa tua?	Il parmigiano, con cui si può creare qualsiasi cosa
Qual è il tuo cibo consolatorio?	Il tartufo
Che rapporto hai con le tecnologie?	Io sto alla tecnologia come la nutella sta al salame... non c'azzecca nulla!
All'Inferno ti obbligano a mangiare sempre un piatto: quale?	I cappelletti in brodo
Chi inviteresti alla cena dei tuoi sogni?	Ferran Adrià
Quale quadro o artista rappresenta meglio la tua cucina?	La Gioconda senza dubbio, da scoprire e assaporare man mano che guardi
Se la tua cucina fosse una canzone quale sarebbe?	"Nuvole bianche" di Ludovico Einaudi

Colazione dolce



Nuove idee per la stagione calda

Impazza nelle pasticcerie italiane, da nord a sud, la tendenza a trasformare il rito della colazione in un pasto con prodotti rigorosamente stagionali: dal cornetto allo yogurt fino al muffin al tè verde. L'estate condiziona anche il sacro rito della colazione, che, a prescindere dalla latitudine, porta i maestri pasticceri ad innovare e reinventare perfino l'amato "croissant" a nord, meglio noto come "cornetto" al centro sud. Nel periodo estivo si vuole sempre evitare di cominciare la giornata con la solita colazione, evitando che ci si possa sentire eccessivamente appesantiti a causa del caldo.

Non solo prodotti bio, stagionali, ma gusti che sempre di più strizzano l'occhio ad ingredienti apprezzati d'estate. Ed è così che la liquirizia, che aiuta a contrastare i cali di pressione dovuti al caldo, diventa il principale ingrediente dei croissant; o ancora che il tè verde, noto per le sue peculiarità rinfrescanti e idratanti, si sostituisce alla base per i muffin. Per non parlare della diffusione dei pancake integrali con confettura di more, mirtilli, mango e mentuccia.

Partendo da nord, troviamo Papparè, proprio sotto le due Torri a Bologna, che vanta una selezione di croissant, vegani e non, dolci o salati, pensati ad hoc per la bella stagione. C'è davvero l'imbarazzo della scelta, si va da quello con la spuma di ricotta, arance e mirtilli a quello con cannella e sciroppo d'acero; poi ci sono muffins, cookies e brownies alla frutta e pancake integrali con confetture, sciroppo d'acero, nocciolata, crema chantilly, banana, granella di pistacchi, crema di pistacchi.

Scendendo al centro troviamo la Pasticceria D'Angelo. Tra le proposte estive annovera diverse tipologie di cornetti. Gli ultimi nati sono il cornetto farcito con una crema leggerissima al tiramisù, dove il mascarpone viene montato ad aria per dare vita ad una crema gustosa ma leggera. Poi c'è il cornetto con la crema di yogurt e quello con la liquirizia di Atri, contro i cali di pressione, farcito con una composta ai lamponi del Parco Nazionale d'Abruzzo. Non mancano proposte integrali, al carbone vegetale e ai 5 cereali, accompagnati da mousse alla frutta.



di Monica Di Pillo

E al sud? L'estate condiziona i prezzi forti della prima colazione? A L'Arte Bianca di Parabita, in provincia di Lecce, il cornetto innovativo di Antonio Campeggio è un must della Puglia. Si usa solo burro di prima scelta, lavorato in modo da limitarne l'uso senza sottrarre fragranza al cornetto. E poi le confetture sono provenienti da frutteti locali, senza zuccheri aggiunti. Imperdibili anche le sottili e fragranti frolle al cacao, realizzate con lievito madre e racchiuse nella pasta brioche.

L'Antico Caffè Spinnato di Palermo, invece, ha reso light anche i must della pasticceria siciliana: cannoli, cassate e dolci di mandorla, insomma i sapori veri dell'isola. Come? Ricotta fresca e selezionata, con pochissimi grassi, che viene lavorata ad arte con i classici canditi per limitare l'uso di zuccheri. Stesso sistema utilizzato per le cassate e i dolci di mandorla, senza grassi né zuccheri aggiunti, ma dal gusto inconfondibile.

cod 61763

Dieci Maestri AMPI per la cena delle stelle a Vico

Oltre cento i cuochi pluristellati e i pastry chef invitati a prendere parte all'evento nel corso degli anni. Accademia Maestri Pasticcieri Italiani ha contribuito quest'anno con la presenza di 10 Maestri. Lo scorso giugno si è svolta la 16ª edizione della "Festa a Vico", una manifestazione gastronomica imperdibile - nata da un'intuizione dello chef Gennaro Esposito del Ristorante Torre del Saracino, il cui pastry chef è il Maestro AMPI Carmine Di Donna - che ogni anno cresce, si rinnova e si sviluppa seguendo un tema specifico senza mai perdere il suo spirito goliardico e informale.

I fortunati partecipanti e gli appassionati dell'alta cucina gourmet, provenienti da tutte le regioni d'Italia, hanno preso parte ad un evento unico nel suo genere grazie alla degustazione di piatti originali elaborati da famosi cuochi e giovani promesse del panorama nazionale, nello scenario incantato della splendida cornice del golfo di Napoli e del borgo di Marina d'Aequa. Il titolo della Festa ("Manima: Come bambini, stupiamoci") era azzeccato. Del resto la Festa a Vico è sì un momento di incontro, connessione e confronto ma anche di grande familiarità, leggerezza, evasione. Vedere gli chef sorridere, discutere e lavorare fianco a fianco è bellissimo, il tutto facendo del bene, perché l'evento si connota per la sua vocazione sociale.



Sono accorsi alla chiamata dell'amico Gennarino Esposito, allietando con dolcezza "La cena delle stelle" di lunedì 3 giugno, i Maestri AMPI Fabrizio Camplone, Diego Crosara, Salvatore De Riso, Salvatore Gabbiano, Fabrizio Galla, Alfonso Pepe, Emanuele Valsecchi, Gabriele Vannucci, Salvatore Varriale e il padrone di casa Carmine Di Donna, hanno preparato i dessert della cena di beneficenza curata da circa 20 cuochi stellati.



Fabrizio Camplone ha preparato la Rimpizza d'Abruzzo, una bavarese al caffè alternata a fette di rimpizza imbevute con Anisetta, servita con salsa calda al cioccolato fondente. Diego Crosara ha studiato per l'occasione la Millefoglie primaverile con ricotta, limone, amarene, miele e polline. Car-

mine Di Donna ha sorpreso con la Mousse al finocchietto, confit di mango, spuma di cocco e gelato al curry. Salvatore De Riso ha scelto per l'occasione un Fiore di visciole, monoporzione con pan di Spagna al cacao inzuppato al kirsch, crema chantilly alla vaniglia, visciole sciroppate e mousse al cioccolato Manjari con glassa al succo di amarene e visciole. Salvatore Gabbiano ha proposto Messigno, monoporzione con mousse al caramello, cremoso al cioccolato al latte, gelée di mango, biscuit al cioccolato e fondo croccante.

Fabrizio Galla ha deliziato con Tegola di mandorle e vaniglia, con composta di fragola e sciroppo di violette. Alfonso Pepe ha preparato Delizia San Gilio, dove il profumo delle arance dei giardini di Sant'Egidio (quelli a ridosso dell'Abbazia e dei monti Lattari) e una soffice crema di latte di bufala abbracciano un delizioso babà. Gabriele Vannucci ha ideato Vegattone, lievitato artigianale vegano senza uova e senza grassi di origine animale. Il Tiramisù vincitore del Campionato italiano di pasticceria juniores era firmato da Emanuele Valsecchi. Salvatore Varriale, infine, ha preparato Passione, mignon con frolla viennese, coulis di passion fruit, cremoso al gianduia e rosmarino.

L'incasso è stato interamente devoluto in beneficenza: circa 215mila euro sono stati destinati a 7 progetti proposti dalle onlus selezionate per la manifestazione: Associazione per la lotta ai tumori del seno, Fondazione pro onlus, La bottega dei semplici pensieri, Never give up, Noi con Voi per le Mici (malattie infiammatorie croniche intestinali), Comitato pro restauro Santa Maria Vecchia, Comunità ecclesiale di San Vito-Vico Equense.

cod 61733

UN ACCADEMICO AL MESE



Carmine Di Donna

Appena quarantenne, ma con più di un ventennio di esperienza alle spalle, Carmine è una persona di poche parole, educato, schivo, che preferisce comunicare - e stupire - attraverso i suoi dessert al piatto. Nato a Torre del Greco (Na), classe '79, muove i suoi primi passi nella pasticceria di famiglia quando è ancora un bambino, tra i colori e i profumi della tradizione napoletana, dove apprende dal padre le basi fondamentali di questo dolce lavoro. Non passa molto tempo prima di capire quale profonda vocazione lo lega all'arte bianca. Ciò che lo contraddistingue sono la creatività e la cura per i dettagli, il saper combinare con maestria l'arte della pasticceria tradizionale alla pasticceria moderna, verso la quale ha sempre mostrato particolare interesse, dando vita a dolci unici nel gusto e nell'aspetto.
Completato il percorso di studi all'istituto alberghiero si reca a Manchester dove inizia una faticosa gavetta che lo porta prima sulle navi da crociera e poi presso alcuni tra i più prestigiosi hotel della sua regione: il Mezzatorre di Ischia, il Grand Hotel Excelsior Vittoria a Sorrento, il Romeo Hotel a Napoli. Consapevole che, per raggiungere la perfezione, passione ed esperienza da sole non bastano, cerca il confronto con alcuni grandi Maestri della pasticceria internazionale e ne esce rafforzato nelle sue convinzioni di ricercatore e moderatore della tradizione. Tornato in Italia, riceve riconoscimenti e premi, ma è nel 2015, quando assume la guida della pasticceria del ristorante pluristellato dello chef Gennaro Esposito, che sente di aver raggiunto una delle tappe più significative della sua carriera.
Quello che si apprezza di lui è la concentrazione e il silenzio che lo ammantano quando lavora per creare, cesellare, inventare grazie alla dedizione al suo progetto di pasticceria e a un lavoro di ricerca costante. Carmine propone dolci estremamente contemporanei, raffinati e creativi, nati da una rigorosa selezione dei fornitori e delle materie prime.



IN SALA CON
Gabriele Naso
«Sensibilità, psicologia ed empatia»




di Gabriele Ancona

Ha frequentato il liceo classico, ma tra Omero e Virgilio ha scelto il mondo del beverage. A collezionare bottiglie (di birra) ha iniziato a 15 anni, per gioco. Poi con il vino si è aperto un varco nella sua vita. Gabriele Naso (nomen omen), 35 anni, di Roma, da inizio 2018 è il sommelier de La Rosetta, capostipite dei ristoranti di pesce nella Capitale, dal 1966 a un passo dal Pantheon. Naso è associato a Noi di Sala, l'associazione che dal 2012 è in prima linea per promuovere e valorizzare l'identità della sala e del servizio.

Una carriera che inizia con la frequenza di alcuni corsi di avvicinamento al mondo del vino, subito dopo il liceo. A 25 anni è sommelier professionista. Ma guarda avanti e frequenta per due anni un master per approfondire la materia. L'incontro con lo chef patron Massimo Riccioli, autorità in fatto di pescato, lo porta in sala a La Rosetta.

NON SCIVOLIAMO... SUL GHIACCIO

«Mi piace contribuire a soddisfare gli ospiti e rendere la loro esperienza unica. Ma bisogna stare attenti a non commettere errori che possono rovinare tutto», spiega il sommelier Gabriele Naso. «Dobbiamo mettere in gioco una sorta di umiltà professionale che ci renda disponibili e permeabili alle esigenze di chi ci viene a trovare. Un errore da non commettere, purtroppo frequente, è quello di non riempire a sufficienza il secchiello del ghiaccio: mezza bottiglia non sarà alla temperatura adeguata. Stop anche ai calici con gli aloni; basta asciugarli con precisione. Facilonerie invalidanti. I dettagli fanno davvero la differenza».

Gabriele, cosa rappresenta per lei la sala?

Nella ristorazione riveste un aspetto fondamentale di cui purtroppo si è parlato sempre troppo poco. La sala è un palcoscenico, è la prima linea che interagisce con l'ospite, a tu per tu. In alcuni momenti può anche essere un'ancora di salvezza.

Un sorriso è in grado di stemperare la tensione dovuta a un'imperfezione in uscita dalla cucina. Far vivere una bella esperienza a chi ha scelto di venirti a trovare, farlo sentire a casa, a proprio agio, è l'essenza dell'ospitalità. Si deve però capire in un baleno chi si ha davanti. Sensibilità, psicologia ed empatia sono attitudini che il professionista deve saper coltivare ed esprimere con naturalezza.

Clientela e vino, mondi a confronto. La sua esperienza.

Non sempre il cliente bada all'abbinamento gastronomico. C'è chi sceglie prima il vino e poi pensa alla cucina. In linea di massima gli ospiti stranieri sono molto preparati, gli inglesi in particolare. Studiano e approfondiscono il vino, non lo danno per scontato come spesso si fa nel nostro Paese. La cantina de La Rosetta accoglie circa 600 etichette, bottiglie italiane e francesi, tra cui un'importante selezione di Champagne.

La Rosetta è vicina al Pantheon. Una calamita per i turisti?

Certo. Abbiamo ospiti di ogni nazionalità. Ci sono momenti in cui la sala accoglie neozelandesi, cinesi, statunitensi o cittadini europei. Culture, stili, abitudini anche molto differenti che vanno sapute gestire in contemporanea. L'accoglienza è ad personam.

Il lavoro di squadra risulta quindi fondamentale. Come si organizza?

Il team è composto da individualità



e singole professionalità che devono però essere intercambiabili. Questo per avere una visione completa del servizio e, in caso di bisogno, per essere in grado di supportarci con competenza e autorevolezza. Il nostro è un lavoro che richiede impegno, concentrazione e abnegazione. Dobbiamo essere un gruppo affiatato.

Che consiglio si sente di dare ai futuri professionisti della sala?

Di studiare le lingue e di non dare nulla per scontato. Non si finisce mai di imparare. A maggior ragione se pensiamo al vino, in perenne evoluzione. L'aggiornamento deve essere costante. I gusti e le tendenze non sono statici. Vanno anticipati, intercettati, capiti e metabolizzati. In questo modo il servizio sarà sempre puntuale. cod 61267

Esperienza, studio e sacrifici
I segreti del barman
Erwan Garofano



Erwan Garofano è figlio d'arte. Grazie ai suoi genitori, professionisti della ristorazione, muove fin da subito i primi passi nel settore. Predestinato quindi a frequentare un'istituto alberghiero, inizia a Parma per poi spostarsi a Camogli. Il giovane Erwan si vede già protagonista di qualche "MasterChef", a spadellare succulenti piatti. Galeotto fu il passaggio all'alberghiero di Lavagna, dove tra i docenti si annovera Daniele Immovilli.

Daniele lo addestra a dovere affinché si prepari ad "affrontare" la clientela, visto che sin da quei "primi passi" si intuisce una naturale attitudine al contatto con il cliente. Dopo un'intensa esperienza come pasticcere, lavora come commis di bar al Miramare di Rapallo. Nell'hotel, situato sul lungomare, frequentato da molti turisti stranieri, al tempo a guidare il bar era Marco Nicola.

Dopo quell'illuminante gavetta il giovane Erwan si sposta a Portofino, continuando poi il suo peregrinare nelle mete di lusso italiane come Courmayeur. Nel 2017 Erwan decide di raddoppiare i suoi sforzi. Si rende conto che il bar è il suo futuro, così decide di iniziare la giornata in una caffetteria di lusso, il Caravaggio Caffè sulla passeggiata di Rapallo, mentre la sera in un ristorante anch'esso di lusso, l'Altro Eden sul porto di Santa Margherita Ligure.

È questo il periodo in cui prende una decisione: entrare a far parte di un'associazione, precisamente Abi Professional. Partecipa all'interregionale, a Suzzara, con un long drink, Gastone, agrumato e fresco, che ammalia i giudici: si aggiudica il primo posto e accede alla finale nazionale a Courmayeur all'Hotel Pavillon, dove vince a mani basse. C'è tantissimo di suo in quella vittoria: premio Miglior tecnica, premio Miglior barman. Il drink "Sea in The Mountain" si rivela avvincente e vincente!

Fatta man bassa di premi, Erwan decide di partire per Londra. Dispensa ottimi drink al Quo Vadis nel quartiere più "in" della City, a Soho. Ora è di nuovo in Italia, in un beach club della riviera del Levante che offre diversi servizi a lui tutti congeniali: serate disco, servizio ristorante, servizio bar in piscina, in spiaggia e party privati.

La sua aspirazione è quella di «aprire il mio locale di nicchia dove i clienti potranno arrivare ed essere coccolati, avere il loro momento di pace e relax, gustare un buon cocktail con buoni prodotti, dialogare tra loro e confidarsi con il loro barman/amico di fiducia».

Ma accanto all'importanza del mestiere del barman, c'è anche il ruolo attivo delle associazioni: «Quello che dovrebbero fare è unire i professionisti in un gruppo, affinché possano scambiarsi idee, esperienze e aiutarsi nella crescita reciproca». cod 61675

eXclusive



Ho.Re.Ca. PET



Nude food

No agli imballaggi per tutelare l'ambiente




di Massimo Artorige Giubilesi
Tecnologo alimentare

di Alessio Decina
Designer

Una crescente attenzione dei consumatori verso un uso responsabile degli imballaggi e una generale moderazione dell'uso delle plastiche e degli altri materiali di imballo sta di fatto modificando i comportamenti e le proposte delle aziende produttrici e distributrici. Se da un lato l'attenzione ambientalista rappresenta uno dei grandi temi etici generazionali su cui si imposta l'attenzione dell'opinione pubblica e dei nuovi consumatori, dall'altro c'è la necessità di una spinta verso una modificazione del paradigma con cui è stata percepita sino a tempi recenti la qualità del prodotto, che passava per una sua comunicazione ridondante, un involucro fortemente materico atto a proteggere oltremodo il prodotto, e lo snaturarsi del concetto di comfort food, che spinto a livelli estremi ha portato a generare aberrazioni quali frutti pelati e porzionati per poi essere riconfezionati in packaging plastici, negando in modo pedestre secoli di evoluzione e selezione che ha invece condotto a frutti perfetti, protetti dalle loro scorze e naturalmente porzionati, pronti ad un consumo sostenibile.

Un caso emblematico è quello degli agrumi, facilmente pelabili anche a mani nude, già porzionati in spicchi pronti al consumo, fatto, questo, magnificamente descritto già da Bruno Munari nel 1963 nel suo libro "Good Design".

Fortunatamente per tutti, a far argine a questa deriva di etichette e imballi ha pensato la cultura dominante del

consumatore attuale, che in contrasto con la tendenza descritta percepisce sempre più la qualità quando questa si esprime in modo naturale, meno "lavorato" o "manipolato", e quando il prodotto mette in mostra senza timore l'imperfezione dettata dalla sua qualità naturale. Sulla scia di tale tendenza, rafforzata anche da un'attenzione normativa crescente, nel limitare i fattori inquinanti e l'indiscriminato uso delle plastiche e di altri materiali da imballo, vanno diffondendosi movimenti come il "Nude food", che promuove la rimozione totale degli imballi dagli alimenti affinché questi possano essere distribuiti e acquistati, appunto, "nudi". Prendono vita così, in modo sempre più frequente, supermercati che propongono la vendita di prodotti sfusi, diverse aziende reintroducono il "vuoto a rendere", prassi commerciale ormai quasi totalmente estinta, che trova una nuova vita e dignità, apprezzata dal pubblico e virtuosa per l'ambiente, e non ultimo l'utilizzo di sistemi alternativi di etichettatura.

Poiché se, da una parte, l'eliminazione di ogni superfetazione, che vuole riportare il prodotto alla sua semplicità e nudità, può essere del tutto condivisibile e realizza un principio virtuoso oltre che per l'ambiente anche per l'economicità del prodotto, che diminuisce i costi che eccedono la sua produzione, come nel caso dei prodotti vegetali, dall'altra permangono le esigenze delle aziende produttrici (oltre che indicate dalla norma) di tracciabilità e comunicazione ai consumatori sia per ragioni sanitarie che commerciali e di marketing.

A tale scopo cresce l'applicazione di strumenti digitali che minimizzano le dimensioni e la complessità delle etichette, rimandando ad apposite app la possibilità di comunicare al consumatore molte più informazioni e in modo molto meno restrittivo, tutti i messaggi che l'azienda definisce utili, oltre agli inderogabili obblighi di legge, questo attraverso strumenti di realtà aumentata o di semplici Qr code.

Altro sistema che prende sempre maggior piede è l'utilizzo di laser per l'incisione di messaggi, note e loghi sul prodotto stesso, con il vantaggio di non aver alcun ulteriore materiale a contatto con l'alimento, il cui impiego oltre ad avere un costo dovrà essere costantemente verificato. Storicamente l'uso della tecnologia di marchiatura a caldo è sempre stato impiegato nelle aziende lattiero-casearie per la marchiatura della crosta dei formaggi o di alcuni salumi. Con l'impiego del laser però si ha un aumento più che sensibile della precisione del messaggio, che può quindi sostituire in toto un'etichetta cartacea sui prodotti la cui superficie consenta un'incisione visibile.



La richiesta di un consumo più responsabile offre quindi nuove aperture di mercato e la possibilità di sviluppo di nuove tecniche comunicative, un "mercato nel mercato", terreno fertile per innovazioni e startup destinate a crescere rapidamente e imporsi in un sistema altrimenti stanco e saturo. cod 61753

Per ulteriori informazioni rivolgersi a:



Giubilesi & Associati
Food & Hospitality Professional Solutions



Tel 02 39313088 - www.giubilesiassociati.com
servizioclienti@giubilesiassociati.com

Restaurant manager
Figura chiave nella "ristorazione-impresa"

Siamo da tempo di fronte a un panorama enogastronomico in perenne evoluzione, fatto di piatti capaci di offrire qualità e autenticità sempre più convincenti. Cambia di conseguenza anche il marketing che orbita attorno alla ristorazione, caratterizzato da nuovi attori e metodi d'approccio innovativi. Tra le figure professionali di maggior successo degli ultimi anni, si distingue quella del "manager della ristorazione", un mestiere in forte crescita nei ristoranti d'alto livello, che prevede la gestione di tutte quelle attività indispensabili per un business più che mai vicino al concetto di brand come quello della ristorazione odierna. Ovviamente, va precisato che il nuovo binomio "ristorazione-impresa" non riguarda solo i ristoranti, ma anche alberghi 5 stelle, società di catering, crociere, agriturismi, food truck e tutte quelle realtà strettamente legate al settore food.

Per ricoprire nel migliore dei modi il ruolo del restaurant manager è necessario, però, possedere diversi requisiti: competenza in risorse umane; controllo di costi e benefici; capacità analitiche e interpretative delle esigenze del cliente; spiccate doti di problem solving; oltre a saper amministrare i più comuni impegni di un'impresa, come assegnazione di mansioni, turni e ferie, prenotazione dei tavoli, fornitura della dispensa ecc.

Come si diventa, quindi, manager della ristorazione? Per raggiungere questo traguardo, è fondamentale ricevere una formazione mirata, capace di fornire gli strumenti giusti per poter operare all'interno di un ristorante. In tal senso, il primo passo deve essere quello di iscriversi a un corso ben strutturato, tenuto da professionisti navigati che possano insegnare tutte le principali materie di studio: economia e struttura del mercato della ristorazione; organizzazione e gestione dei servizi ristorativi; le basi del restaurant marketing & location management; oltre ai segreti del revenue management e del budget management. Uno dei corsi più rinomati d'Italia è quello promosso da Alma, la scuola internazionale di cucina italiana con sede a Colorno (Pr).



Poi, mai trascurare la comunicazione del proprio ristorante. Ritenuti strumenti essenziali per raggiungere e attirare nuovi clienti, i mezzi di comunicazione a portata di click, come le piattaforme web e i social network, hanno assunto nel moderno management ristorativo un ruolo di assoluto rilievo. Questo perché, oggi più che mai, "essere sulla bocca di tutti" fa decisamente la differenza in termini di notorietà e prestigio. Per questo motivo, dalla definizione della "brand identity" all'elaborazione di un piano editoriale, è importante trovare un partner esperto in comunicazione con cui definire una strategia efficace in grado di promuovere al meglio la realtà che si rappresenta.

Altro requisito fondamentale: tenersi aggiornati sullo scenario food, sempre. Come indicato a inizio articolo, di fronte a una costante evoluzione dell'imprenditoria ristorativa, è molto importante rimanere ben ancorati a qualsiasi forma di novità proveniente dal mercato gastronomico, in modo da non perdere mai il passo con le ultime tendenze e mantenere sempre competitivo il proprio ristorante. Un motivo più che valido per rendere la lettura di magazine e la ricerca di novità una pratica quotidiana. Inoltre, quando è possibile, è importante partecipare attivamente a eventi formativi e manifestazioni di settore, sia per confrontarsi con colleghi di altri ristoranti che per conoscere diversi approcci di lavoro. cod 61561

Per ulteriori informazioni:
Jac Le Roi
www.jacleroi.com



Carlo Di Cristo e Pierluigi Sapiente

I Percorsi del Molino

Calendario ricco di novità fino a dicembre

Dopo un primo semestre a gonfie vele, la scuola di Molino Grassi riaprirà dal mese di settembre con i corsi di formazione dedicati a chi desidera approfondire i temi specialistici legati al mondo delle farine. L'appuntamento con I Percorsi del Molino, calendario di seminari di aggiornamento per promuovere e valorizzare i diversi aspetti dell'arte bianca, è confermato nella sede del molino a Parma. Si parte il 2 settembre con Ezio Marinato che affronterà il tema dei "Lievitati da colazione". A seguire, il 9 e il 10, Ezio Rocchi con "Voglia di focaccia": la focaccia e le sue diverse gestioni, con impasti indiretti, biga e lievito madre liquido. In primo piano anche i processi di impasto per chi desidera personalizzare una ricetta tradizionale.

Il mese di ottobre sarà una full immersion di novità. A partire dai "Face to face" che vedranno in scena Cristian Zaghini e Gabriele Bonci il 7-8 e il 9-10 (date già sold out), coordinati da Carlo Di Cristo. I seminari li vedranno interpretare tecniche di impasti diretti e indiretti applicati a pizza, pizza in teglia, pizza in pala, e analizzare la gestione del banco e la mise en place in base alla stagionalità.

Novità assoluta, il 14 e 15 ottobre, il corso "Il pane e la pasticceria" tenuto da Carlo Di Cristo e Pierluigi Sapiente, focalizzato sulla messa a punto di una nuova gamma di prodotti, da boutique e da ristorazione, realizzati strutturando le consistenze tipiche degli elaborati di panetteria con l'eleganza, la delicatezza e i profumi delle creme e delle guarnizioni della pasticceria.

Cristian Zaghini di nuovo in cattedra il 21-22-23 ottobre e il 4-5 novembre con "La pizza con impasto diretto e indiretto" e "La pizza e il lievito madre". Nel primo incontro spiegherà come definire le buone pratiche per impostare e gestire gli impasti con le diverse tecniche per biga e poolish. La seconda due giorni lo vedrà impegnato nella produzione e gestione del lievito madre, con focus sui diversi passaggi e sulle procedure.

"Partiamo da una buona pasta" sarà il tema che affronterà il 25 novembre Marco Valletta. Numerose le declinazioni: la pasta fresca quale espressione tecnica per comprendere i diversi impasti, il giusto rapporto tra umidità e farine. Sotto la lente anche un approfondimento sulla pasta ripiena.

Chiusura di semestre il 2, 3 e 4 dicembre con Cristian Zaghini, Carlo Di Cristo e Pierluigi Sapiente: con "La pizza, il pane e la pasticceria in un unico fermento" affronteranno gli aspetti delle fermentazioni spontanee partendo da substrati diversi, applicate alla realizzazione di prodotti dolci e salati in combinazione con le diverse farine utilizzate.

cod 61427

Molino Grassi
via Emilia Ovest 347 - 43126 Parma
Tel 0521 662511
www.molinograssi.it



Ifse, un primo semestre di successi

Obiettivi raggiunti nei primi sei mesi di attività per la scuola di alta cucina e pasticceria di Piobesi Torinese, con un **incoming dall'estero crescente**, **eventi di rilievo** e **tante novità**. È tempo dunque di **bilanci** per Ifse e il **primo semestre si conferma ricco di successi**, con tanti obiettivi raggiunti.

Tra le grandi novità sicuramente quella legata ai percorsi formativi: si rinnova il percorso di cucina che prende ora il nome di Corso Superiore di cucina italiana. Il percorso arriva ad avere una durata di cinque mesi in istituto + cinque mesi di stage per un totale di oltre 1.500 ore di formazione. Invariata invece l'offerta formativa dedicata alla pasticceria che era già stata oggetto di aggiornamento a metà 2018.

Ifse sta inoltre annunciando in questi giorni un importante nuovo riconoscimento ottenuto, quello Irsef, l'Istituto di ricerche e studi sull'educazione e la famiglia. Partiranno infatti nei prossimi mesi i corsi dedicati ai formatori patrocinati dall'Irsef e tenuti da Ifse per offrire percorsi formativi anche ai docenti affinché possano svolgere in maniera ancor più consapevole e preparata il proprio ruolo di formatori.

L'evento che ha più lasciato il segno è stato sicuramente "A Taste of Piedmont", manifestazione giunta alla 3ª edizione in cui Ifse, in collaborazione con il Four Seasons Resort di Orlando e grazie al supporto di Regione Piemonte e Camera di Commercio di Torino, ha svolto a inizio anno una settimana di promozione delle nostre terre e dei suoi prodotti in Florida. Molti obiettivi prefissati e tutti pienamente raggiunti con una passione sempre crescente da parte del pubblico della zona per la nostra cucina e i nostri prodotti enogastronomici, l'arrivo di recente degli studenti dal Rosen College di Orlando per la seconda volta in Ifse e nuovi interessanti progetti di incoming per il futuro.

Da pochi giorni la mission si può ritenere ufficialmente conclusa con il presidente Ifse Piero Boffa che si è recato ad Orlando per la consegna del foto libro racconto dell'evento al general manager Four Season Thomas Steinhauer e l'assistant general manager Charles Fisher. Grande la soddisfazione di tutti gli organizzatori per gli importanti traguardi raggiunti anche in questa edizione.

Migliora anche ulteriormente l'incoming di studenti dall'estero con un numero crescente di studenti in arrivo dalle Filippine, in relazione all'agreement da anni siglato con la più prestigiosa università di Manila. In occasione dell'ultimo corso di questi studenti, la scuola ha anche avuto l'onore di ospitare il console onorario delle Filippine Maria Grazia Cavallo per un saluto ai ragazzi. Un nuovo gruppo è previsto a settembre.

Non solo Filippine, ma anche gli studenti in arrivo da Corea, Russia, Ucraina, Cina e India hanno frequentato i percorsi formativi Ifse, segno di un sempre crescente interesse per



l'arte della cucina e pasticceria italiana in ambito internazionale. Sullo slancio internazionale è nato poi il nuovo ufficio di rappresentanza Ifse Lussemburgo con alla giuda la storica collaboratrice Ifse Elena Wendy Bosca.

In conclusione, non si può dimenticare il segmento dedicato alle aziende con una rosa di partner in crescita: oltre alla conferma del sostegno dei partner storici, la scuola ha, infatti, annoverato diversi nuovi partner e prosegue con successo le attività di 3rd Floor Production con la realizzazione di shooting fotografici e video per le aziende. Davvero numerosi sono i servizi svolti in questi mesi, tanti i progetti già confermati anche nei mesi a venire.

Questi sono solo i primi sei mesi di Ifse, ma il prossimo periodo riserverà ancora tante novità, progetti e proposte a 360°. Il team sta lavorando già su diversi fronti con nuove proposte formative per il 2020 e altri eventi subito dopo l'estate. cod 61647

Per informazioni: **www.ifse.it**





Churchill, dal 1795 uno dei principali produttori di articoli in porcellana per la tavola, firma collezioni di design, eleganza, resistenza, praticità, creatività cromatica. Tra queste, Stonecast e Studio Prints Stone. Stonecast rappresenta una sorta di case history. Continua infatti a riscontrare un successo che attraversa i tempi. A tal punto che la gamma viene arricchita di sempre nuove tonalità. Oggi si compone di una quindicina di colori dipinti a mano. Ogni articolo è un pezzo unico e questo rende ancora più accattivante la collezione, che trae ispirazione direttamente dal cambio delle stagioni e dalla freschezza degli ingredienti.



Massimiliano Ongis

«Di grande rilievo l'effetto spugnato a mano con macchioline e bordo rustico. Un processo di lavorazione artigianale che fa sì che ogni pezzo risulti leggermente diverso dagli altri», spiega **Massimiliano Ongis**, sales team di Ros. «E poi la morbidezza del colore: le differenti combinazioni sono state studiate per mettere in evidenza il cibo, oltre che la tavola, che può essere ulteriormente impreziosita miscelando cromie diverse».

Le porcellane Churchill attraversano gli universi della ristorazione: si sanno modellare con eleganza su qualsiasi locale o stile di cucina. Forma, colore e caratteristiche tecniche qui vivono in armonia. Basti pensare, tra gli altri plus, al corpo in porcellana super vetrificata che non assorbe l'umidità, è più igienico e vanta migliori proprietà di ritenzione di calore. L'elevata resistenza agli shock termici aiuta inoltre a ridurre le rotture. La porcellane sono anche protette da ecoglaze, uno smalto ad alte prestazioni che prolunga la vita del prodotto e incrementa la resistenza e la durata nel tempo. La decorazione sottosmalto crea uno strato protettivo a garanzia delle prestazioni durante l'utilizzo.

Valore aggiunto e contenuto di servizio sono dunque punti fermi per Churchill, che da oltre 220 anni guarda avanti. Presentata a inizio 2019 alla Fiera di Francoforte, Studio Prints Stone è una variante moderna della tradizione dei laboratori di porcellana dell'azienda inglese. Una collezione che trae ispirazione dai toni e dall'aspetto grezzo e naturale della pietra. Di grande impatto estetico, è stata progettata per integrarsi al meglio con le altre collezioni e abbinarsi ad ogni tavola.

«Studio Prints Stone - spiega Massimiliano Ongis - è disponibile in tre colori: Agate Grey, Zircon Brown e Quartz Black, perfette tonalità neutre per far risaltare la cucina creativa. I toni naturali sono infatti la base ideale per una straordinaria presentazione del cibo». La stampa sottosmalto, che caratterizza anche Studio Prints Stone, crea uno strato protettivo alla decorazione.

Una collezione novità che, forte dell'autorevolezza di Churchill, possiede, oltre a un design di alto profilo, la resistenza agli stress di utilizzo e tutte le garanzie tecniche che richiedono i professionisti dell'universo ospitalità.

cod 61601

Ros Forniture Alberghiere
via Don Lorenzo Milani 1 - 24050
Zanica (Bg) - Tel 035 670299
www.ros.bergamo.it



Valoriani, asso dei refrattari Oltre un secolo di esperienza

Uno dei **principali punti di forza di Valoriani** rispetto alla concorrenza è che **non è un semplice assemblatore di forni**. L'azienda infatti risulta essere l'**unica al mondo a produrre internamente i refrattari del forno**



La Refrattari Valoriani è una fornace che nasce nel 1890, con quindi più di 100 anni di esperienza nell'ambito dei materiali refrattari. Negli anni '40 circa, Silvio Valoriani inventò il primo forno pre-fabbricato, ovvero un forno il cui piano è composto da sezioni e la cui volta è realizzata in sezioni autoportanti, così da facilitare e velocizzare il montaggio, distribuire uniformemente la fiamma, oltre ad aumentarne la stabilità.

Oggi i piani cottura in cotto refrattario vengono prodotti selezionando le migliori materie prime e studiando il migliore mix di materiali, per poi essere cotti a più di 1.300°C nei forni di cottura. Questo permette all'azienda di ottenere un prodotto specificatamente studiato per essere utilizzato nei forni professionali da pizza, non dovendo quindi adattarsi a ciò che si trova sul mercato.

La Refrattari Valoriani, oltre alla qualità, crede molto anche nell'innovazione ed è seguendo questo diktat che nel 2011 ha interamente realizzato e brevettato il sistema di ricircolo fumi Rhs (Recycling heating system), che permette di recuperare il calore per farlo passare sotto il piano ad una temperatura di circa 300°C in modo che il piano sia scaldato sia da sopra, attraverso l'irraggiamento della fiamma, che da sotto grazie al sistema. Inoltre, i forni professionali Valoriani hanno realtà omologhe per Europa, Gran Bretagna, Stati Uniti e Australia,

dopo avere superato numerosi e severissimi esami sia dal punto di vista della sicurezza che della sanità. Questo ancora una volta a conferma dell'affidabilità del prodotto.

Fra le più importanti omologhe nel Regno Unito vi è senza dubbio Defra: Valoriani è stata la prima azienda produttrice di forni professionali a riceverla. Iniziato come semplice rapporto commerciale produttore/importatore con Orchard Ovens, dopo circa un ventennio di stretta collaborazione, essendo riusciti a replicare alla perfezione il modus operandi aziendale e, in un secondo momento, con la creazione di una scuola professionale per pizzaioli, nell'ottica di ampliare il proprio mercato e la propria presenza nel Regno Unito, la Refrattari Valoriani decide di creare una partnership finalizzando questa operazione nell'ottobre del 2015 e dando vita all'azienda Valoriani UK.



Con la continua e sempre crescente richiesta di forni alimentati a gas, la Refrattari Valoriani è sempre stata in prima linea nell'aprirsi a questo mondo, cercando soluzioni all'avanguardia e con continui sviluppi per riuscire quanto più possibile a replicare la qualità della cottura a legna anche in caso di alimentazione a gas. Il primo passo è stata la ricerca di un partner che condividesse gli stessi ideali, qualità e innovazione, fornendo prodotti di prim'ordine. Tutto questo è stato trovato nella Millberg, azienda fondata a Bergamo nel 1994 da Diego Libanore. Produttrice degli ottimi bruciatori Spitfire, i primi appositamente progettati e creati per i forni da pizza, la Millberg ha come mantra la ricerca costante al fine di creare prodotti particolari di nicchia.



Accordo Valoriani-Millberg: Milena e Diego Libanore con Massimo Valoriani

Negli anni si è avviata tra Valoriani e Millberg una collaborazione via via più fruttuosa e stringente, che è culminata nel febbraio del 2018 con una alleanza societaria e commerciale che ha portato notevoli risultati nel breve periodo e che punta, nel lungo periodo, a rendere i marchi Valoriani e Spitfire simbiotici, caratteri di definizione di un prodotto che mira ad essere lo standard di riferimento nel settore.

L'unione di un forno Valoriani e di un bruciatore Spitfire è la soluzione ideale per chi cerca il massimo della qualità e dell'efficienza, puntando alla garanzia di due marchi storici e innovativi, ognuno dei quali rappresenta il top di gamma nel proprio settore.

cod 61620

Refrattari Valoriani
via Caselli alla Fornace 213 - 50066
Reggello (Fi) - Tel 055 868069
www.valoriani.it



Chs Group ancora più forte con l'ingresso nel gruppo E.CF

Il nuovo anno è iniziato all'insegna delle novità in casa Chs Group e, ora che siamo al giro di boa per il 2019, si può fare un primo bilancio. All'inizio dell'anno, Chs Group è entrata a far parte di E.CF, gruppo internazionale leader nella distribuzione di articoli per la ristorazione professionale, presente con 27 filiali in 18 Paesi nel mondo, dalla Gran Bretagna all'Australia, passando per la Svizzera.

All'inizio dell'anno, Chs Group è entrata a far parte di E.CF, gruppo internazionale leader nella distribuzione di articoli per la ristorazione professionale, presente con 27 filiali in 18 Paesi nel mondo, dalla Gran Bretagna all'Australia, passando per la Svizzera.



Da sempre, Chs Group si contraddistingue per l'attenzione ai trend e alle esigenze della clientela e l'entrata in questo gruppo ha permesso di avere un respiro ancor più internazionale. Il continuo confronto con le altre Unit del gruppo E.CF permette a Chs Group di mantenere e coltivare una visione globale e un aggiornamento costante su tutte le tendenze legate al cibo e all'hospitality.

Avere una visione globale e anticipare le tendenze è sempre stata una peculiarità nel Dna di Chs Group, che ora può contare su un catalogo ancora più ricco di soluzioni riuscendo così a rispondere ad ogni esigenza della propria clientela, oltre che su una logistica estremamente organizzata ed efficiente che permette approvvigionamenti precisi e puntuali.

Ma un'altra caratteristica di Chs Group è sempre stata l'essere "vicino" ai propri clienti, sia attraverso i propri consulenti che attraverso l'apertura di spazi espositivi. È per questo motivo che, durante la prima metà del 2019, sono stati aperti altri 2 nuovi showroom, uno a Padova e un altro a Rimini, che si vanno ad aggiungere agli altri quattro già presenti in Italia (Milano, Brescia, Torino e Catania), aumentando così la presenza di Chs Group sul territorio italiano. Questo processo continuerà e sono già previste altre nuove aperture nei prossimi mesi.

Inoltre, per presentare tutte le novità e le nuove proposte 2020, Chs Group sarà presente ad Host, a Milano dal 18 al 22 ottobre. La manifestazione si conferma evento leader assoluto nel settore Horeca. cod 61829

Chs Group
via Marzabotto 16 - 26015 Soresina (Cr) - Tel 0374 340513
www.chsgroup.it



Gaggenau

Cantina climatizzata con tre zone indipendenti

Settembre e l'autunno sono mesi di vendemmia e se è vero - citando Leonardo - che "molta felicità sia agli homini che nascono dove si trovano i vini buoni", è giusto, oggi più che mai, preservare questa felicità. A questo ci ha pensato Gaggenau, azienda tedesca che grazie all'innovazione tecnologica e al design dei propri prodotti premium ha trasformato la percezione dell'elettrodomestico. Tra le sue referenze di punta, da segnalare una serie di cantine climatizzate per conservare il vino che incontra tanto le esigenze degli intenditori quanto le necessità di chi è alla ricerca di un pezzo d'arredo elegante e sofisticato.

Il sistema di controllo elettronico delle cantine Vario Cooling 400 permette di gestire fino a 3 zone climatiche in modo indipendente e garantisce temperature costanti da 5°C a 20°C, nonché il controllo dell'umidità.

Uno degli aspetti più sensibili nella conservazione del vino è infatti proprio il calore: il caldo ne compromette irrimediabilmente il gusto e la qualità, soprattutto nel caso di un brusco e rapido innalzamento della temperatura.

E questo vale anche per il vino rosso, che i sommelier consigliano di conservare in cantina alla stregua dei



bianchi: d'estate infatti si bevono un po' più freschi che d'inverno. Le temperature ideali sono per gli spumanti da 4 a 8°C, per i bianchi da 10 a 14°C e per i rossi da 14 a 16°C.

Vario Cooling 400 rappresenta un autentico valore aggiunto per chi, oltre a pretendere la perfetta conservazione delle bottiglie, desidera presentarle con una cura proporzionata a quella impiegata per la scelta di ogni singola etichetta: i vassoi in quercia, il sistema di illuminazione, le porte in vetro trasformano la cantina in una vera e propria vetrina che può essere collocata in ogni ambiente.

Una delle caratteristiche più apprezzate da chi sceglie di dotarsi della serie Vario Cooling 400 è inoltre la grande flessibilità della struttura interna. «L'ampio spazio interno - commenta Sven Baacke, head of Design di Gaggenau - consente di disporre le bottiglie nello stesso modo in cui un artista organizza i colori su una tela». Le cantine climatizzate sono come stanze grandi e ben illuminate: il palcoscenico perfetto per valorizzare il vino. cod 61799

Gaggenau
via M. Nizzoli 1 - 20147 Milano
Tel 02 29015250
www.gaggenau.com/it



Il formaggio a pasta dura è stato **ancora una volta protagonista a Taste of London**, la grande festa internazionale del cibo, del gusto e della cucina che quest'anno per la **16ª edizione ha avuto oltre 50mila visitatori**

Grana Padano Dop
Un must su tutte le tavole Spopola nel Regno Unito



Grana Padano conferma la leadership planetaria tra i prodotti Dop con 4.932.996 forme lavorate e un export salito nel 2018 a 1.938.328 forme e che vede il Regno Unito nella top 5 dei Paesi consumatori con oltre 125mila forme importate.

Insieme al Consorzio del Prosecco Doc, il Consorzio Tutela Grana Padano ha invitato il pubblico qualificato della rassegna dedicata alla degustazione di eccellenze enogastronomiche di assoluta qualità ad esplorare, in modalità e creatività diverse, il connubio unico tra due prodotti leader del Made in Italy e

lo stile tutto italiano del rito di vivere in compagnia il piacere del gusto, in particolare nel momento dell'aperitivo. Le stagionature di Grana Padano Dop sono state abbinate alle diverse tipologie di Prosecco, partner dell'iniziativa dal 2014.

Nei cinque giorni di Taste of London, degustazioni e showcooking hanno condotto il pubblico in un viaggio nella versatilità del Grana Padano Dop sotto la guida dell'esperto Neil Phillips e grazie alla creatività di grandi chef. Danilo Cortellini ha proposto ogni giorno un piatto diverso abbinando il Grana Padano al gusto british e internazionale: "Charred grill asparagus with Grana Padano Pdo Cheese and Prosecco Doc Zabayon", "Grana Padano Pdo Cheese riso al salto", Grana Padano Pdo Cheesy cauliflower steak", "Grana Padano Pdo Cheese pizza" e infine "Homemade potatoes gnocchi with courgette flower, broad beans, Grana Padano Pdo Cheese". In altri due eventi il noto chef Francesco Mazzei del ristorante Sartoria ha poi preparato "Fettucine with Grana Padano Riserva, broad beans, peas and black truffle", mentre nel suo showcooking Robert Chambers, chef del ristorante londinese "Luca", ha proposto "Grana Padano Pdo Cheese Gnocchi".

«Il pubblico esigente della manifestazione ha apprezzato ancora una volta la versatilità del Grana Padano Dop», ha commentato il presidente del Consorzio, **Nicola Cesare Baldrighi**. «Il successo nel Regno Unito ottenuto anche lo scorso anno non può però essere considerato un punto d'arrivo. La Brexit è una grande incognita, che il Consorzio e gli esportatori per ora possono affrontare solo puntando sulla qualità e sulle garanzie nei controlli della produzione che abbiamo reso ancora più incisivi. Percorreremo comunque ogni strada, convinti che i consumatori britannici





non vorranno rinunciare al piacere di un piatto impreziosito dal Grana Padano Dop».

Oltremanica sono apprezzate le varie stagionature, dai 9 mesi del Grana Padano a quella oltre 16 mesi sino ai 24 mesi ed oltre del Riserva, che nel 2018 ha visto crescere le forme marchiate sul totale della produzione di oltre il 30%, a conferma di quanto incontri sempre più il gusto dei consumatori. Con i suoi aromi evoluti di burro e di fieno, la piccantezza equilibrata e la generosa sapidità, il Riserva piace perché rende la bocca ricca di sapori, che si stemperano lentamente. Diventa così protagonista assoluto della tavola, sia grattugiato che come formaggio da pasto.

Il successo del Riserva nasce dall'impegno della filiera in ogni fase della produzione, garantito da controlli che anche i consumatori stranieri chiedono e apprezzano, accanto alla tutela del benessere animale e alla sostenibilità ambientale della lavorazione. Scienza e tecnologia consentono di raggiungere questi obiettivi con metodi di analisi sempre più innovativi in grado di migliorare i controlli di qualità senza intaccare la storia millenaria di un'eccellenza come il Grana Dop.

«Nel rispetto della tradizione - afferma infatti il direttore generale del Consorzio, **Stefano Berni** - il Grana Padano Dop diventerà via via un prodotto più moderno, perché più magro e saporito ma meno salato, benefico per la pressione arteriosa e per l'assimilazione del calcio, sempre più digeribile, adatto ai vegetariani, rigorosamente legato al suo territorio e ai suoi foraggi e senza conservanti». cod 61600

Per approfondimenti:
www.granapadano.it



Filetto di manzo al pepe verde

Culinaire Original con Luca Montersino reinterpreta la tradizione



La **nuova ricetta** garantisce una **resa migliore** grazie alla maggiore velocità di rappresa e un sapore e una sensazione ancora più cremosa. A dimostrazione della sua **versatilità**, il noto **cuoco e pasticcere** ha firmato alcune ricette usando la **panna Debic**

Mai smettere di migliorare! Una frase che gli chef di tutto il mondo conoscono bene e applicano tutti i giorni. Anche Debic ha fatto sua questa filosofia e, con la nuova Culinaire Original Debic, da 40 anni leader nel food service, lo dimostra ancora una volta. Culinaire Original Debic, la panna da cucina più utilizzata dai professionisti, oggi supera se stessa con una nuova ricetta, migliorando ulteriormente le sue caratteristiche.

Il risparmio di tempo impiegato nella preparazione delle ricette è certamente il valore aggiunto fondamentale della nuova Culinaire Original Debic: prove interne, infatti, hanno evidenziato un risparmio reale di tempo di almeno il 10% nella preparazione della porzione singola. Questo risparmio aumenta in modo esponenziale

con il numero di porzioni; tutto ciò si traduce in una maggiore velocità nel servizio, un minore tempo di attesa per i clienti e una maggiore soddisfazione per tutti.

Sia nelle ricette espresse che in quelle più complesse e laboriose, la panna da cucina professionale Culinaire Original Debic, con il suo caratteristico gusto cremoso e delicato, è sempre la scelta vincente nella preparazione di primi, secondi, salse, creme e spume.

Debic ha voluto spingersi ben oltre, avviando un importante progetto di collaborazione con un professionista altrettanto amante delle sfide: Luca Montersino. 46 anni, piemontese "doc", una personalità eclettica e un curriculum corposo - executive chef, direttore di una prestigiosa scuola di cucina, autore di libri, volto televisivo e vincitore del sondaggio Personaggio dell'anno 2014 di Italia a Tavola - Luca in comune con l'azienda olandese ha il desiderio di migliorare continuamente, alla ricerca costante del risultato perfetto.

Con questa filosofia, lo chef piemontese ha interpretato alcune delle ricette della tradizione italiana con il tocco della panna da cucina Culinaire Original Debic, preziosa alleata per equilibrare i piatti, aggiungere cremosità e morbidezza, bilanciare i sapori.

«Il corretto uso della panna - dice Montersino - nasce dalla formazione, dallo studio, dal continuo miglioramento. C'è stato un periodo in cui panna, prezzemolo e zucchero a velo (in pasticceria) erano utilizzati ovunque... erano gli ingredienti "aggiustapiatti". La panna, in particolare, ha visto grande abuso negli anni '70 e '80 creando squilibri e appiattendo i sapori di tante ricette. Negli anni successivi, come reazione, si è diffusa la convinzione che il suo uso non fosse consono alle cucine di un certo livello, ma che dovesse essere lasciato ad una ristorazione meno tecnica. In realtà ci sono piatti a base di panna indiscutibilmente buoni, tipici della nostra cucina, che soddisfano sempre il palato!».

Nella sua carriera Luca Montersino ha ricoperto svariati ruoli ed è certamente una persona con una mente esplosiva. «Il ruolo che sento più mio - racconta - è quello di sperimentatore: cucino, insegno, ma la parte che preferisco è inventare... tecniche, preparazioni, un dolce o un piatto di cucina originale, creativo, particolare. Nel caso di Culinaire Original Debic con la sua nuova formulazione ho avuto spunti e idee nuove che ho messo in pratica con Debic in un ricettario che propone piatti della nostra tradizione con un pizzico di fantasia e di "originalità" in più».

Professionalità, desiderio di sperimentare, innovazione e tecnica sono gli elementi che caratterizzano la collaborazione tra Debic e Luca Montersino.

Questo incontro è sfociato in un progetto dal titolo "L'Originale si migliora. La panna nella cucina tradizionale italiana": non solo un ricettario esclusivo ma anche utili video step by step e una serie di trucchi del mestiere per migliorare il gusto e la consistenza dei piatti. Tutto il materiale è disponibile sul sito Debic e sui canali ufficiali Facebook e Instagram. Inoltre ad ottobre il progetto proseguirà con la realizzazione di una dimostrazione dal vivo presso uno dei grossisti di riferimento per il settore foodservice. cod 61614

FrieslandCampina Professional
via Paracelso 18 - 20864 Agrate Brianza (Mb) - Tel 039 6072500
www.debic.com/it



Tagliatelle radicchio e gamberi



Maionese Develey in hamburgeria

Vegetale al 100% e senza uova

Nell'ambito dell'Horeca la cosiddetta ristorazione "di nuova frontiera", che offre pasti tra gli 8 e i 15 euro, viaggia con il vento in poppa. In particolare, è molto attivo il segmento delle hamburgerie. Un comparto che nell'ultimo anno ha vissuto un incremento di visite pari al 21% puntando su valori strategici come qualità delle ricette, convenienza e rapidità del servizio. Il pubblico di riferimento è rappresentato dai Millennials, a cui si deve il 42% delle consumazioni, con gli hamburger a base di verdure che hanno messo a segno una crescita del 27%. Un universo che offre quindi notevoli opportunità per le aziende di riferimento.

Fondata a Monaco di Baviera nel 1845 e presente in Italia con la filiale di Lana d'Adige (Bz), Develey è oggi tra i più importanti produttori europei di salse e condimenti. Un protagonista di questo mercato che si propone con un'articolata gamma di prodotti. Ricordiamo le salse Hamburger, Barbecue, Cheddar e Sweet Chili, oltre alle altre classiche referenze come Maionese classica e da tavola, Tomato Ketchup, Senape delicata e Salsa Rosa.

Develey Food Service nel 2019 ha aggiunto alla sua offerta per la ristorazione, in confezione squeeze top down da 875 ml, anche la prima Maionese 100% Vegetale. È senza uova, priva di glutine, conservanti ed esaltatori di sapidità, con solo il 75% di olio di girasole. Un prodotto sano, buono, cremoso e di tendenza indicato per arricchire panini, hamburger, piadine e insalate. Il suo utilizzo in cucina è davvero completo e versatile. Maionese 100% Vegetale senza uova è un punto di riferimento anche per i consumatori orientati a una dieta vegetariana, vegana e gluten free.

Da 40 anni Develey Food Service, la divisione di Develey Italia dedicata alla ristorazione professionale, vanta un assortimento ampio e in continua evoluzione per soddisfare le esigenze di tutti gli operatori. Le materie prime sono monitorate lungo tutta la filiera, un percorso controllato dalla produzione fino all'immissione sui mercati. Prodotti ad alto contenuto di servizio che hanno reso Develey un partner ideale per i professionisti della ristorazione. cod 61615

Develey Italia
Zona Industriale 5 - 39011 Lana d'Adige (Bz) - Tel 0473 562500
www.develey.it

L'alta ristorazione sceglie la qualità di **Orobica Food**



L'azienda bergamasca opera in un mercato in continua evoluzione. Oltre a cambiare le tendenze e i gusti, infatti, cambiano anche le esigenze. Non è semplice soddisfare e gestire contemporaneamente diverse richieste. In questo, però, Orobica Food non ha nulla da invidiare ai propri competitor: grazie alla dinamicità, all'innovazione e alla scrupolosità della società, ogni cliente può avere a disposizione tutto ciò di cui necessita per realizzare anche i piatti più elaborati.

Saper garantire un servizio puntuale, prodotti selezionati e di alta qualità, un packaging innovativo e accattivante, sono per la ristorazione, e in particolare per quella d'eccellenza, dei pilastri fondamentali su cui costruire un operato solido. Nulla può essere lasciato all'improvvisazione: tutto deve essere calcolato nei minimi particolari, perché, dopotutto, sono i dettagli a fare la differenza.

Alcuni fra i migliori cuochi, espressione dei rispettivi territori (nazionali e non), hanno scelto Orobica Food come loro partner privilegiato. I loro menu sono frutto di una scelta di qualità volta alla valorizzazione delle tipicità agroalimentari italiane. Tra i vari e prestigiosi partner dell'azienda, troviamo anche chef stellati che lavorano in location da sogno. La loro cucina non è solo orientata al gusto e al soddisfacimento di un bisogno materiale ma, oggi più che mai, deve anche soddisfare il bisogno visivo delle persone; deve appagare dapprima la vista e solo successivamente, avvolgendoli con gusti e fragranze quasi mistiche, i palati, sempre più esigenti, della clientela.

Queste sono le parole di importanti partner della società bergamasca: «Per ogni mio piatto gli ingredienti che non possono mai mancare sono l'amore e la passione. Anche in ogni mio collaboratore ricerco queste doti ed è per questo che ho scelto Orobica Food come fornitore. Un'azienda con tanta voglia di innovarsi e capace di offrire sempre cose nuove».

«Per poter lavorare bene mi affido a Orobica perché mi garantisce puntualità, freschezza e qualità. Per questi motivi ho scelto di collaborare con questa realtà perché è un'azienda sempre presente e reattiva alle nuove richieste. Orobica Food interpreta ogni obiettivo raggiunto come un nuovo punto di partenza. Non ci si può mai accontentare ma si deve sempre puntare, come dicevano i latini, "ad maiora"».

Parole che rappresentano un invito continuo a dare sempre il massimo, a credere in quello che si fa, a innovarsi e migliorarsi ogni giorno per poter continuare ad essere un punto di riferimento per la ristorazione d'eccellenza.

cod 61411

Orobica Food
via della Castrina 1 - 24060
Chiuduno (Bg) - Tel 035 8361299
www.orobicafood.com

GASTROSOFIA



di Guerrino Di Benedetto

Piccolo dizionario dei clienti comuni

Intorno alla metà dell'800 il grande Gustave Flaubert scriveva una delle sue opere più belle e di successo, il "Dizionario dei luoghi comuni", in cui l'intento era dare dignità culturale alle cosiddette "frasi fatte". Raccolse così le banalità di accademici, politici, farmacisti e scienziati, lasciando che queste "stupidità" potessero essere o un veleno per la nostra intelligenza o forse delle piccole pillole che ci aiutino a stare meglio.

Nella ristorazione i luoghi comuni sono tanti. Ora vorrei soffermarmi su un piccolo "dizionario dei clienti comuni". Sappiamo di vegetariani, vegani, celiaci modaioli, crudisti, ecc., ma quella che ritengo la new entry più interessante sono i "flexitariani", ovvero persone che adottano una dieta flessibile e sostituiscono il più possibile in maniera graduale le proteine della carne con quelle vegetali. Un'altra new entry è quella dei "reducetariani", che puntano a ridurre in maniera graduale il consumo di carne, uova o latticini, dipende poi da quello che gli passa per la testa... Se qualche lettore sorride, tenga presente che la multinazionale Tyson Food è stata messa a tappeto proprio da questi nuovi clienti, che l'hanno costretta a creare e a mettere sul mercato nuovi prodotti per soddisfare questo tipo di clientela in costante aumento e con buona disponibilità economica.

Forse nulla è cambiato dall'800 ad oggi, o forse aveva ragione mia nonna che parlando del cervello, in napoletano, diceva: *'A capa è 'na sfoglia 'e cipolla*. Saggezza popolare o luogo comune? cod 61775



LE RADICI DEL CIBO

La nota fresca e agrumata del pepe del Sichuan

A dispetto del nome non è un pepe nel senso botanico del termine. Appartiene alla famiglia delle *Rutaceae*, la stessa degli agrumi, il che spiega la sensazione di limone che rimane in bocca. Considerato una delle spezie più antiche dell'intera Cina, viene nominato nel Libro delle odi attribuito a Confucio, prima raccolta poetica della storia cinese tra il X e il VII secolo a.C. Per molti secoli fu offerto come dono agli imperatori, ma era anche una spezia molto popolare: veniva nascosta dai soldati nella cintura sia a scopo propiziatorio che per essere masticata durante le lunghe marce.

Il suo nome deriva dal fatto che la bacca somiglia molto a quella del pepe nero, viene infatti chiamato anche "falso pepe". Il seme di colore nero contenuto dentro la bacca viene normalmente eliminato, a causa del suo sapore amaro. La parte esterna, tostata e ridotta in polvere con un mortaio, non con il macinapepe, viene aggiunta alle pietanze all'ultimo momento, a fuoco spento. Ha un sapore molto caratteristico e particolare: non è piccante e pungente, ha un aroma di anice leggermente agrumato e fresco e contiene delle sostanze in grado di intorpidire leggermente la bocca.



di Piera Genta

Ormai è un alimento di tendenza in cucina. In Europa e in Italia in particolare, i cuochi hanno deciso di sfruttare al meglio le potenzialità del suo retrogusto inserendolo in piatti a base di frutta o dolci. Come la cannella, si sposa bene con la crema pasticcera al limone, ma anche con le cheesecake, le torte allo yogurt e i dolci a base di cioccolato, soprattutto se fondente. Nella cucina cinese si accompagna spesso allo zenzero e all'anice stellato. Alla stessa famiglia appartiene il pepe di Timut, che proviene dal Nepal, poco diffuso nella nostra cucina. Si acquista in erboristeria o nei negozi che vendono cibi orientali. cod 61777

Agugiaro&Figna Molini
Sempre a fianco dei professionisti



Dopo il successo ottenuto al Campionato mondiale della pizza, l'azienda ha svelato i segreti delle sue referenze in una speciale convention dedicata al mondo de Le 5 Stagioni. Tenutasi il 13 e 14 maggio scorsi presso l'Hotel Continental Terme di Ischia Porto, è stata un'occasione unica d'incontro tra l'azienda molitoria e i maestri pizzaioli campani, che ha permesso ai presenti di conoscere gli aspetti tecnici delle farine Agugiaro&Figna Molini e scoprire le nuove referenze firmate Le 5 Stagioni: La Napoletana e La Biologica.

Lunedì 13 maggio si è tenuto lo speciale incontro "Intorno al mondo Le 5 Stagioni", moderato dai giornalisti Luigi Cremona e Lorenza Vitali di Witaly. Durante la tavola rotonda si è parlato di estetica, ambiente e design, grazie alla partecipazione dell'architetto Renato Arrigo, vincitore del premio "Concorso Internazionale Le 5 Stagioni - I locali Pizzeria", ma anche di accoglienza e servizio di

sala con il contributo della Scuola di cucina Alma, di cui il Molino è partner.

All'incontro è poi seguito un aperitivo a cura dei cuochi stellati Pasquale Palamaro, executive chef del Resort Spa Restaurant "Regina Isabella" di Napoli, e Nino Di Costanzo, titolare del "Dani Maison" di Ischia. Una speciale degustazione pensata ad hoc dai due chef che, attraverso la loro creatività e maestria, hanno valorizzato le basi delle pizze realizzate dai tecnici di Agugiaro&Figna Lab, creando un connubio perfetto tra arte e gusto.

Infine, si è tenuta la cena di gala con un menu della tradizione campana, realizzato per l'occasione dalla scuola Dolce&Salato di Maddaloni (Ce). Un excursus gastronomico tra gli antichi sapori e aromi della vera cucina napoletana grazie alle speciali farine Agugiaro&Figna Molini, da sempre al servizio del consumatore per soddisfare al meglio ogni specifica richiesta.



Le due giornate di formazione si sono svolte in concomitanza con la 4ª tappa di Emergente Sud, il concorso per chef emergenti creato da Luigi Cremona e Lorenza Vitali di cui Agugiaro&Figna Molini è main sponsor. Gli 11 pizzaioli under 35 che hanno partecipato al concorso si sono cimentati nella doppia prova con la realizzazione di una classica pizza margherita e di una pizza "fantasia". Vincitore della tappa campana il giovane pizzaiolo Nicola Falanga della pizzeria "Haccademia" di Terzigno (Na) con la sua pizza "Luna Caprese", realizzata utilizzando la farina Napoletana Rossa e la nuova referenza Napoletana Verde de Le 5 Stagioni.



Il premio per la miglior pizza margherita è andato a Carmine Argenziano della pizzeria "Donna Carmé" di San Nicola la Strada (Ce) e Ivan Di Leva della pizzeria "Basilico Di Buona Pizza Gourmet" di Caivano, mentre il premio creatività lo hanno conquistato Emanuele Riemma della pizzeria "Pizzanova" di Pozzuoli e Mario Severino della pizzeria "Ciarly" di Napoli.

La nuova farina tipo "00" dal packaging verde è stata realizzata da Agugiaro&Figna Molini per rispondere appieno alle diverse esigenze che ogni impasto di pizza napoletana richiede. Sebbene si diversifichi dalla classica Napoletana Rossa per tenori proteici differenti, entrambe garantiscono la giusta malleabilità degli impasti e lo sviluppo del cornicione della pizza. cod 61543

Agugiaro&Figna Molini
strada dei Notari 25/27 - 43044
Collecchio (Pr) - Tel 0521301701
www.agugiarofigna.com

Olio Riviera Ligure Dop
A tavola con le tipicità delle Langhe



Un connubio ben riuscito quello tra l'Olio Riviera Ligure Dop e le specialità del territorio delle Langhe, grazie alla mano esperta del cuoco Maurilio Garola, stella Michelin a La Ciau del Tornavento a Treiso (Cn), in occasione del quarto incontro del tour dell'Olio Riviera Ligure Dop, svoltosi il 3 giugno scorso, voluto dal Consorzio in collaborazione con Fondazione Qualivita e con Italia a Tavola nel ruolo di media partner. Un successo, quello ottenuto dall'evento organizzato presso il ristorante stellato piemontese, sulla falsa riga dei tre che l'hanno preceduto: prima tappa il 15 aprile scorso a Milano al ristorante Filippo La Mantia Oste e Cuoco; secondo appuntamento il 13 maggio a Torino, al Les Petites Madeleines con la cucina di Giuseppe Lisciotto; terzo incontro il 20 maggio a Bologna nella cornice del Ristorante I Portici (1 stella Michelin), con i piatti ideati da Emanuele Petrosino.

Scopo dell'incontro nelle Langhe (e in generale dell'intero tour) è quello di creare un momento di formazione per raccontare le note distintive di un prodotto che simboleggia la base della Cucina italiana agli operatori dell'Horeca. Il format, ormai consolidato, è diviso in due "fasi": prima la degustazione ai banchi delle aziende presenti, poi il menu, affidato in questo caso a Maurilio Garola. A intervallare i due momenti la presentazione delle aziende che hanno aderito all'evento e una degustazione guidata affidata all'oleologo Luigi Caricato.

«L'Olio Riviera Ligure Dop è un olio certificato. Significa che tutte le 600 aziende che fanno parte del Consorzio, dalle più piccole che lavorano soltanto le loro olive ai frantoi che invece comprano olive che vengono poi lavorate, sono sottoposte a una serie di adempimenti e di obblighi. Questo garantisce il consumatore e il mondo della ristorazione sulla qualità del prodotto e sulla tracciabilità. Si tratta di un prodotto registrato a livello europeo che non può essere creato se non seguendo un rigido disciplinare di produzione».

Così si è espresso il direttore del Consorzio, **Giorgio Lazzaretti**. Un messaggio chiaro per una ristorazione che in prima persona si preoccupa di proporre qualità ai propri ospiti: «Pensiamo ci sia la necessità di far comprendere al consumatore che sceglie ristoranti e alberghi di alto livello il valore di questo prodotto. Perché il consumatore può ottenere anche per l'olio quello che ha già ottenuto per il vino: prodotti legati a un territorio di origine e garantiti da un ente esterno di certificazione». cod 61236

Dopo il tour promozionale dell'Olio Riviera Ligure Dop e terminati i laboratori che il Consorzio ha voluto in 25 alberghieri tra Liguria, Piemonte e Lombardia, è stata la volta di un grande evento aperto al pubblico: Oliveti Aperti, svoltosi nel weekend del 15 e 16 giugno, che ha permesso di scoprire il mondo rurale della Riviera Ligure, fatto di oliveti, frantoi, aziende agricole, agriturismi, cucina tipica e panorami unici al mondo. Ad attirare l'attenzione sono state soprattutto le tecniche di olivicoltura "eroica" tipiche di questa regione. cod 61444



Con il contributo del PSR Liguria - Domanda n. 84250166984



Milano - Filippo La Mantia e 8 produttori della Dop Olio Riviera Ligure







Torino - Giuseppe Lisciotto



L' OLIO RIVIERA LIGURE DOP SI RACCONTA ALLA RISTORAZIONE NAZIONALE

- Il rilancio comincia dalle cucine di La Mantia cod 60336
- Versatile nella cucina di Giuseppe Lisciotto cod 60814
- Gli abbinamenti riusciti di Petrosino cod 60958
- Oliveti Aperti, un successo cod 61444



Bologna - I 5 produttori con Emanuele Petrosino e Luigi Caricato







L'olio italiano di qualità va raccontato e fatto assaggiare





di Fausto Borella

A poche settimane dalla prossima frangitura delle olive, cerchiamo di riflettere sul perché in Italia non riusciamo a creare una sinergia per valorizzare i prodotti della nostra terra. Ho sentito alla radio qualche giorno fa che l'Italia detiene il primato europeo di albicocche e pesche con il 43% della produzione. Ma in una delle tante proteste indette dagli olivicoltori delle regioni del sud dello Stivale, si è deciso di regalarle o, peggio, di non raccoglierle più. Costa troppo, ma soprattutto la grande distribuzione preferisce acquistarle a costo irrisorio da altri Paesi. Così anche la Calabria, nella sua zona più ricca, la Sibaritide, con oltre 2.200 ettari di campi, alza le braccia e si arrende. Stesso discorso per i mandarini e le arance che Calabria e Sicilia non riescono più ad esportare perché sono preferite quelli tunisini che hanno costi irrisori.

Perché il consumatore, oramai erudito, attento all'etichetta e sempre più amorevole nei confronti dei bambini, non sceglie un giacimento gastronomico italiano, certificato e che faccia bene alla nostra economia? La risposta è drammatica e al tempo stesso molto semplice. Non si conosce un termine di paragone più buono, più saporito o più profumato. Allora si compra il pollo in vaschetta, l'hamburger di suino per i piccoli, che lo apprezzano tanto con le patate surgelate e la maionese in barattolo. Per non parlare della verdura, che abbiamo in abbondanza e di stagione, ma che per praticità si compra nei sacchetti, usando un olio per condire proveniente dalla più lontana comunità europea esistente.

Si dovrebbe avere un termine di paragone lì, in quel momento: frutto buono contro frutto annacquato, pomodoro dolce e succoso contro pomodoro acquoso, e soprattutto olio evo vero, artigianale e ben fatto contro olio proveniente da zona incerta e lavorato male.

Da cinque anni, a luglio mi diverto a raccontare a migliaia di stranieri che passano a "Else" (Extra Lucca Summer Edition), sotto il Loggiato Pretorio, quale olio portarsi a casa. Provengono dai 52 Stati americani, ma anche Francia, Inghilterra, Belgio, Olanda, Germania, ecc. Quest'anno tanti Russi e Polacchi. Il primo olio che sottopongo al loro giudizio è quello del supermercato, che al litro costerebbe 7-8 euro, ma con i super sconti di fine stagione, i saldi estivi e le scorte di magazzino da fare fuori, si arriva a pagare un bel litro di olio anonimo anche meno di 3 euro. Lì per lì, una volta annusato, ti guardano e ti dicono "it's good", pensando di aver indovinato. Poi, piano piano, insieme al team dell'Accademia Maestrod'olio, faccio scoprire loro gli oltre 40 oli presenti, delle 22 aziende aderenti all'esperimento. Bene, le loro facce diventano come quelle dei bambini quando vedono per la prima volta un film di Walt Disney.

I numeri dell'ultima manifestazione sono stati incredibili, inaspettati: in 38 giorni sono state vendute circa 1.650 bottiglie di olio extravergine, 140 creme di nocciola all'olio evo e dozzine di confezioni di olio da 2 o 3 monocultivar in scatole eleganti e a portata di trolley per il viaggio di ritorno a casa in aereo, nell'impazienza di poter finalmente riaprire quelle gocce di condimento così profumate che tanto gli erano piaciute in quella bella città della Toscana che si chiama Lucca.

Qual è la morale che mi piacerebbe lasciare questa volta? Se davvero amiamo il nostro splendido Paese - e non può essere altrimenti - allora assaggiamo i nostri prodotti e continuiamo a dare lunga vita a quei produttori, artigiani della terra, contadini e olivicoltori che vogliono solo vedere realizzarsi due cose: la dignità salariale e la soddisfazione di sentirsi dire che il loro prodotto, qualunque esso sia, è eccezionale. cod 61742



Olio evo nella Sicilia Orientale Gusto tutto da scoprire

La vera forma di potere dell'isola sta nel paesaggio, nella luce, nell'arte tramandata nei secoli e nei sapori. Goethe, nel suo "Viaggio in Italia", scrisse: «È in Sicilia che si trova la base di tutto». Non sappiamo se sia davvero così, ma di sicuro qui si possono trovare le cose che possono rendere felice una persona. Si può infatti capire subito la vastità delle cose da descrivere, ed è per questo che ci limiteremo, in questa occasione, alla parte orientale dell'isola. Da nord a sud, la costa orientale, è sicuramente uno dei territori più ricchi ed affascinanti. Partendo da Messina, passando da Taormina. Lasciarsi ammaliare dal mercato pieno di colori e profumi di Ortigia e poi scendendo verso le Gole dell'Alcantara senza trascurare l'Etna con le sue pendici ed il panorama.

E vogliamo lasciare indietro una città come Catania e la sua anima rock? Ma ancora, scendendo verso Ragusa e Siracusa, la valle di Noto, Scicli e, perché non fare un giro a Punta Secca, luogo dove il famoso Montalbano riposa dalle fatiche delle sue indagini? Insomma, le potenzialità di questa terra sono infinite. E come olio evo come siamo messi?

In assoluto la Sicilia è la terza regione come produzione nazionale con i suoi oltre 160mila ettari, le circa 20 milioni di piante ed i suoi quasi 600 frantoi. Non fa eccezione, purtroppo, la diminuzione di produzione che la scorsa annata ha colpito tutto il sud. Qui è stato fatto circa il 25% in meno rispetto all'anno prima, producendo comunque oltre 39mila tonnellate di olio evo.

L'olio evo siciliano, caratterialmente, ricalca quelle che sono le personalità dell'isola: non si rivela subito. Sembra quasi un po' schivo, riservato se ci si ferma alla superficialitá. Ma se si decide di conoscerlo meglio, se si vuole approfondire, allora libera tutta la sua forza, tutta la sua prestanza. Siamo di fronte a degli oli che non esiterei a definire muscolosi. Tendenzialmente intensi, con sentori molto forti. Amanti del caldo per esprimersi al meglio. Qui trovano terreno fertile circa 35 cultivar diverse, ma le più conosciute sono la Minuta, la Moresca, e poi quelle sicuramente più diffuse, la Nocellara etnea, la Nocellara messinese e la Tonda iblea.



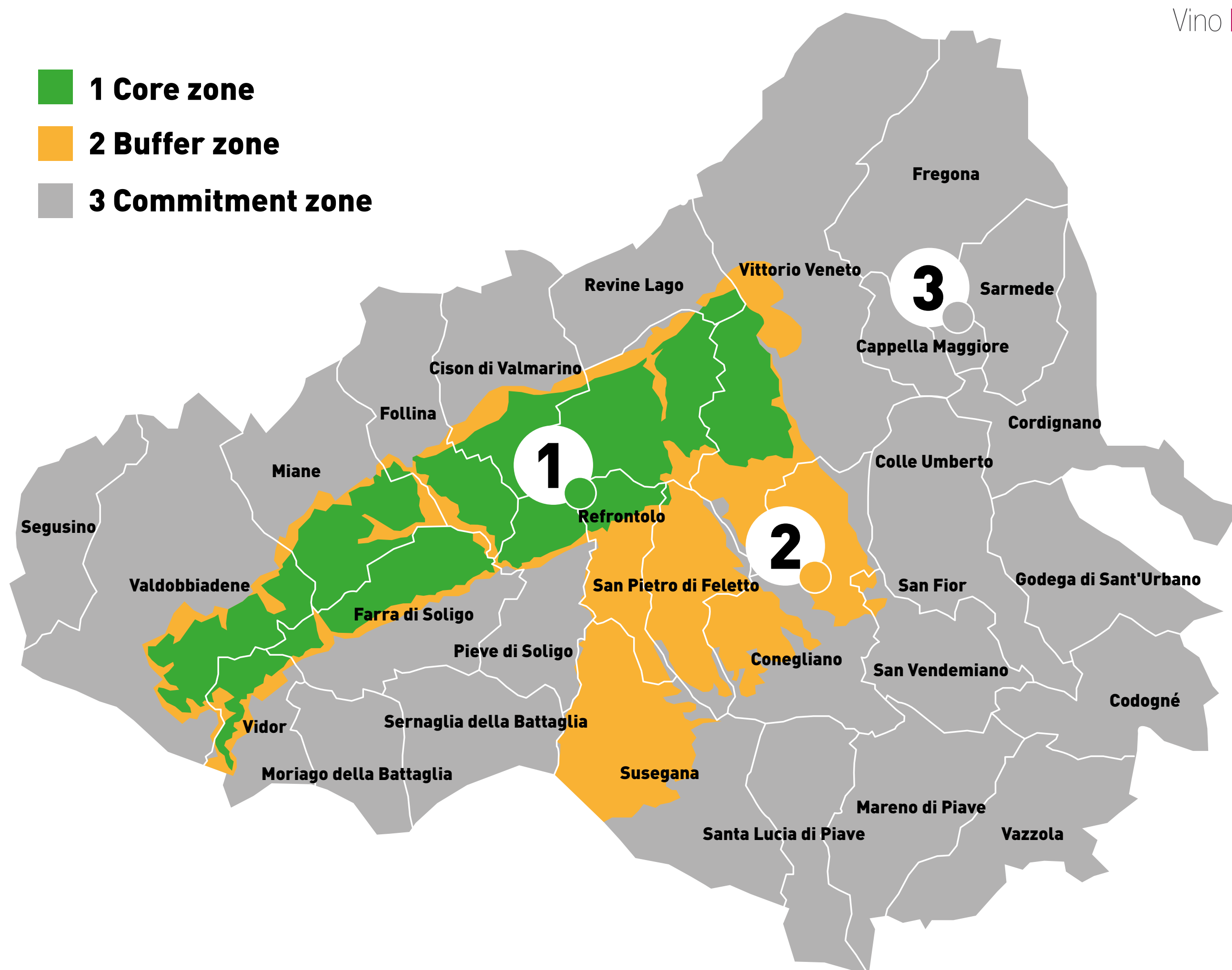
di Fulvio Raimondi

Si capisce, parlando di oli muscolosi per questa terra, perché ne servono di forti e possenti per sostenere piatti come la pasta alla norma che regge bene il confronto con una Nocellara etnea ed i suoi sentori di pomodoro e carciofo ad esempio, oppure, un pesce spada alla messinese che va d'accordo e si capisce alla perfezione con il fruttato medio della Nocellara messinese. Mentre invece, se si vuole osare, potreste gustarvi un favoloso cannolo, sulla cui ricotta fresca si possono versare con devozione delle intense e gustose gocce di Tonda iblea. A volte basta poco per sentire di essere felici.

cod 61671

Le colline del Prosecco sono Patrimonio Unesco





Il riconoscimento per le terre di Conegliano e Valdobbiadene è arrivato in occasione della 43ª sessione del Comitato del Patrimonio mondiale. Nei 15 Comuni dell'area del Trevigiano si producono ogni anno oltre 90 milioni di bottiglie. Dopo un iter durato oltre 10 anni (la candidatura fu presentata nel 2008), le colline del Prosecco di Conegliano e Valdobbiadene dal 7 luglio scorso sono ufficialmente iscritte nell'elenco dei siti Patrimonio Unesco dell'umanità.

Per l'Italia è il 55° sito riconosciuto. Un risultato che premia il grande gioco di squadra durato anni del sistema Paese che ha visto coinvolto il ministero degli Esteri insieme a quello dei Beni e delle attività culturali e a quello delle Politiche agricole, oltre alla Regione Veneto e al Comitato promotore della candidatura.

«Con questa decisone - ha detto il ministro degli Esteri, **Enzo Moavero Milanesi**, che per primo ha diffuso la notizia via Twitter - si riconosce il valore universale di un paesaggio culturale e agricolo unico, scaturito da una straordinaria, sapiente interazione tra un'attività produttiva di eccellenza e la natura di un territorio affascinante».

La proclamazione è avvenuta a Baku, in Azerbaigian, dove in questi giorni è riunito il Comitato del Patrimonio mondiale Unesco. Una proclamazione che è arrivata con una delibera unanime dei 21 Stati membri del Comitato, a conferma dell'alta qualità della candidatura italiana. Gioia è stata espressa anche dal governatore del Veneto **Luca Zaia**: «È una vittoria importante - ha detto - che ci fa entrare nel gotha dei grandi siti mondiali. Grazie a tutti coloro, soprattutto ai ➔

LE ZONE

Il sito (core zone) è tutelato attraverso l'individuazione di due areali: la cosiddetta buffer zone e la commitment zone.
La buffer zone è caratterizzata, rispetto alla core zone, da un diverso paesaggio, sempre collinare e di pregio, ma a minor pendenza. Al suo interno si possono riconoscere degli elementi di pregio, riconducibili ai caratteri principali della candidatura e che nonostante siano più compromessi a causa dell'urbanizzazione costituiscono un legame e una forte connessione storica e geografica tra queste colline di minor pendenza e quelle irte della core zone.
La commitment zone è invece un'area molto più estesa rispetto alla altre due e comprende i Comuni che hanno aderito ad un Protocollo stipulato con la Regione, il cui scopo è quello di dotarsi di un regolamento comune per la gestione, la tutela e la salvaguardia del paesaggio rurale, in particolar modo quello viticolo.

produttori, che hanno contribuito a fare sì che questo riconoscimento arrivasse. Noi ora abbiamo l'obbligo di preservarlo e faremo in modo che tutto il mondo possa visitarlo».

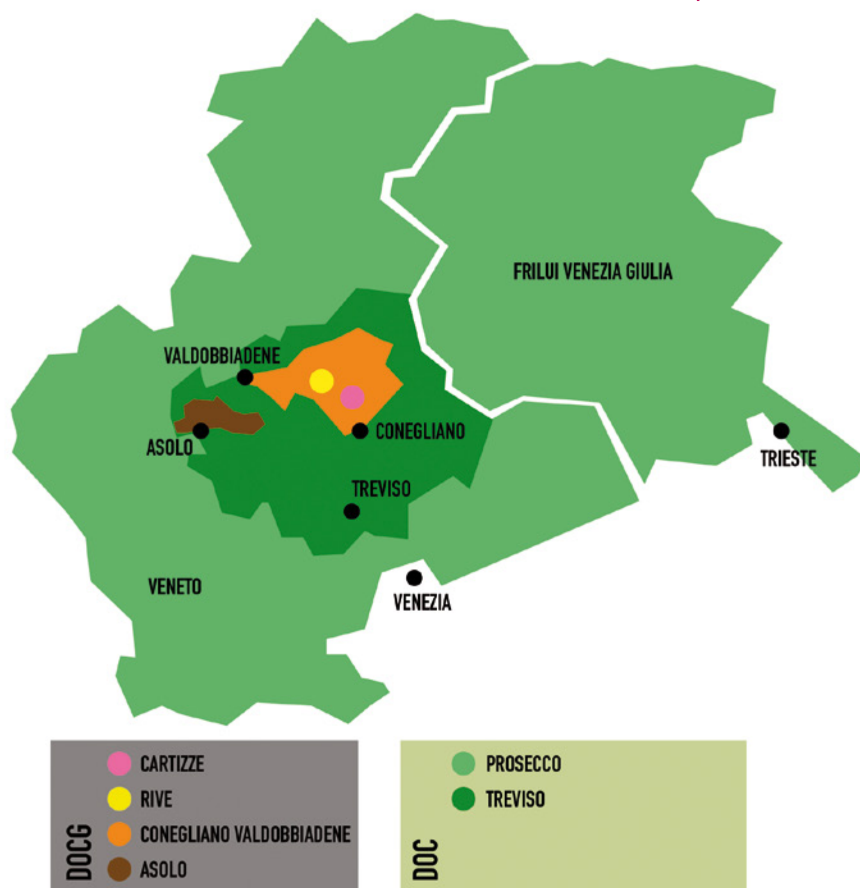
L'iscrizione nella lista Unesco delle colline di Conegliano e Valdobbiadene è destinata a dare un'ulteriore spinta al settore del Made in Italy, quello della produzione del Prosecco (e in particolare del Prosecco Superiore Docg), che già rappresenta uno dei fiori all'occhiello per l'economia del Paese. «Siamo onorati di questo risultato storico raggiunto per il territorio - ha dichiarato a caldo il produttore **Gianluca Bisol**, presidente della Bisol 1542 - e ringraziamo il nostro governatore Luca Zaia che per primo ci ha creduto, che si è speso fino all'ultimo per arrivare a questo altro meraviglioso risultato per il nostro Prosecco Superiore. La nostra famiglia, che da 21 generazioni si prende cura di queste colline, è entusiasta e partecipe di questo successo. Successo che è destinato a diffondere sempre più l'eccellenza delle nostre colline e quindi l'eccellenza delle bollicine che derivano da tali pendii e suoli».

«Il Prosecco Superiore che nasce nei 15 comuni della Docg - ha aggiunto Bisol - è stato, per la sua straordinaria qualità, la scintilla che ha fatto conoscere non solo il Prosecco Superiore, ma anche la nostra cultura paesaggistica in tutto il mondo. Non esiste altro 'vino-paesaggio' al mondo che in trent'anni abbia fatto un simile record quali-quantitativo nel mercato mondiale, passando da 25 milioni a quasi 600 milioni di bottiglie, comprendendo in tali numeri anche il nostro fratello minore prodotto in pianura. Dalla cima della nostra collina del Cartizze non possiamo che gioire alzando i calici con gli amici che, giorno dopo giorno, hanno confermato la bontà del Prosecco Superiore a livello globale, dalle più belle tavole d'Italia a quelle di Londra, New York e Shanghai. Come Bisol 1542 e Gruppo Lunelli siamo onorati che ogni nostra etichetta, ogni sorso dei nostri vini, trasmetta il cuore, l'essenza di queste Colline Patrimonio Mondiale dell'Umanità».

Innocente Nardi, presidente del Consorzio del Conegliano Valdobbiadene Prosecco Docg, ha parlato di «traguardo, anche se il riconoscimento non rappresenta il punto di arrivo ma un'importante tappa di un percorso che mira alla valorizzazione del patrimonio culturale, artistico e agricolo presente in questo piccolo territorio, noto per il suo prodotto principe, il Conegliano Valdobbiadene Prosecco Superiore». cod 61729



Le zone di produzione con le quantità prodotte

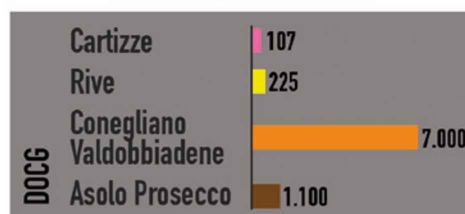


RESA (quintiali per ettaro)





SUPERFICIE VITATA (ettari)





I NUMERI

L'area del Conegliano-Valdobbiadene conta più di 7.500 ettari di superficie produttiva e circa 3.400 viticoltori, per una produzione annua di oltre 90 milioni di bottiglie.

La Docg (riconoscimento arrivato nel 2009, a 40 anni esatti dalla Doc) è prodotta unicamente nelle colline dell'alto Trevigiano tra i 150 ed i 350 metri sul livello del mare, in particolare nella fascia collinare compresa tra Vittorio Veneto e Valdobbiadene.

Il terroir Docg comprende 15 comuni: Conegliano, Susegana, San Vendemiano, Colle Umberto, Vittorio Veneto, Tarzo, Cison di Valmarino, Follina, Miane, San Pietro di Feletto, Refrontolo, Pieve di Soligo, Farra di Soligo, Vidor e Valdobbiadene. Più in generale, tutto il comparto del Prosecco può contare su una produzione annua di 466 milioni di bottiglie, prodotte su oltre 24mila ettari di vigneti tra Veneto e Friuli Venezia Giulia.



Siddùra

Il vino che seduce

A Siddùra, nelle vallate vicino al paesino medioevale di Luogosanto (Ss), nel cuore della Gallura, c'è uno spicchio di Sardegna che seduce il mondo con un'arma infallibile: la qualità del suo vino. Un sogno diventato realtà quando Siddùra, azienda vitivinicola nata dalla passione per la Sardegna dell'impresario tedesco Nathan Gottesdiener e dell'imprenditore sardo Massimo Ruggero, ha conquistato un posto nella classifica mondiale dei vini migliori. Complici il sole, il vento e il terroir di quest'isola meravigliosa. Il microclima, così diverso e così perfetto, si ritrova nei vini.

Un connubio incantevole di aromi e di profumi che a Siddùra si sviluppano su 37 ettari di vigneto che danno vita ad una collezione di nove vini: i vermentini di Gallura Docg Spèra, Maìa e Bèru, il cannonau rosato Nudo, i cannonau (Doc e Riserva) Èrema e Fòla, il Cagnulari Bàcco, l'internazionale Tìros e il passito Nùali. La filosofia di produzione di tutti i vini è basata sulla convinzione che la produzione inizia nel vigneto, essendo il vino un vero riflesso del suo terroir.

«Questa linea - commenta **Massimo Ruggero**, amministratore delegato della cantina - influenza tutti gli aspetti della produzione: raccolti limitati per garantire la massima qualità, vendemmia selettiva a mano, micro vinificazione e invecchiamento nelle migliori botti francesi di quercia». È in questo scenario che si integrano tradizione e innovazione.



Il vermentino di Gallura, famoso in tutto il mondo, solo in questa porzione di Sardegna assume la denominazione Docg. Bèru è l'evoluzione di questo vitigno: ha conquistato i palati dei 280 esperti del "Decanter world wine awards", ottenendo la medaglia di platino. È la prima volta che un vermentino di Gallura raggiunge la vetta della classifica, con un punteggio importante: 97 su 100. Bèru 2016 è un vermentino longevo. Dal Dwwa è arrivato anche un altro riconoscimento per un vino Siddùra: Nùali, passito di moscato, al quale sono stati assegnati 95 punti su 100 e la medaglia d'oro. cod 61414

Società agricola Siddùra
località Siddùra - 07020 Luogosanto (Ss) - Tel 079 6573027
www.siddura.com

Librandi, vini rosé tra storia millenaria e modernità



In Calabria la famiglia Librandi, sin dagli anni Cinquanta, ha portato avanti un meticoloso e attento lavoro di valorizzazione del "vino rosa" autoctono. Ubicata nella splendida costa jonica calabrese, baciata dal sole e sferzata dalle brezze marine si estende l'area del Cirò, patria dei Librandi, area vitata fra le più prestigiose della Calabria in cui vigneti collinari e pianeggianti incastonati nella macchia mediterranea arrivano fino al mare. Un territorio ricco di arte, storia e cultura con una tradizione vitivinicola millenaria che vanta la produzione di vini rosati tra i più apprezzati nel mondo. Gli stessi antichi Greci conoscevano la Calabria come "Enotria Tellus", ossia "Terra del Vino" e la qualità dei vini di Cremissa - dal nome di Cirò nell'antichità - era tale da vederli offrire in premio agli atleti che ritornavano vittoriosi dalle Olimpiadi.

«Abbiamo sempre investito sui rosati. Sono vini per noi essenziali che fanno parte della nostra memoria ancestrale, come produttori ma anche come consumatori», racconta **Paolo Librandi**, socio titolare dell'azienda. «Abbiamo cominciato sin dagli anni Cinquanta con il Cirò Rosato e in tutti questi anni abbiamo cercato di perfezionare sempre più la nostra produzione, dando vita ad un altro rosato, il Terre Lontane, che incarna al meglio l'identità e la tradizione della sua terra di origine parlando al contempo un linguaggio moderno e accattivante».

Il Cirò rosato Doc di Librandi, ottenuto da uve di Gaglioppo in purezza, è un vino versatile dal punto di vista gastronomico che fa della freschezza il proprio punto di forza. Il Terre Lontane Val di Neto Igt è invece realizzato da uve Gaglioppo (70%) e Cabernet Franc (30%). È un vino gradevole e complesso, fresco ed equilibrato, profondo ma leggero allo stesso tempo, che racchiude tutta la tradizione calabrese, ma la interpreta in chiave moderna. Si distingue infatti per un colore rosato tenue - ottenuto grazie a una breve macerazione - che gli conferisce un tratto particolarmente moderno.

Due vini entrambi ambasciatori di un territorio unico, di cui i Librandi preservano da decenni una tradizione enologica legata ai vini rosati che ha radici antichissime ma che sa parlare al presente e al futuro. Una realtà che sta portando in Italia e nel mondo uno stile italiano del rosé fatto di un'interpretazione unica e irripetibile, un virtuoso mix tra il sapere umano e la peculiare vocazione di vitigni tradizionali, suoli e climi che solo un'area come quella del Cirotano può offrire in un connubio così perfetto. cod 61541

Librandi
strada statale 106 Jonica - 88811 Cirò Marina (Kr) - Tel 0962 31518
www.librandi.it



SANTA MARIA DI SALA - VENEZIA
VILLA FARSETTI



LA GRANDE FESTA DEL VINO®

7 e 8 SETTEMBRE 2019

Numero Verde 800 200 010 Chiamata gratuita

DALLE ORE 10:00 ALLE ORE 20:00*

* Il servizio mescita terminerà alle ore 19:30

COMPRA A LUGLIO
350 VINI A 28,00€
Anzichè 35€ Prezzo valido dal 1 al 31 Luglio 2019

I Grandi Vini d'Italia e del Mondo

- 350 Etichette di Vini
- 90 Espositori
- 20 Paesi del Mondo Ospitati
- 6 Master Class
- 7.000 Bottiglie da Stappare
- 70 Prelibatezze Gastronomiche

WWW.LAGRANDEFESTADELVINO.IT



Evento Promosso e Organizzato da: ENOTECA LE CANTINE DEI DOGI

Shop Online : www.enotecalecantinedeidogi.com - info@enotecalecantinedeidogi.com

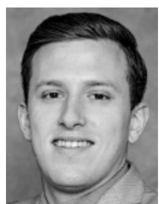




L'ITALIA DEL VINO

La complessità della Toscana

Forse la nostra regione più famosa, **conosciuta per il grande patrimonio culinario** e soprattutto come una delle **regioni più importanti per la produzione di vino**



di Eros Teboni
Miglior sommelier del mondo Wsa 2018

Il Sangiovese sicuramente è il vitigno principe della regione, accompagnato da altri vitigni internazionali come Cabernet Sauvignon, Merlot, Petit Verdot e altri bianchi come Vermentino, Chardonnay e Sauvignon Blanc.Freschezza e intensità si sovrappongono e combinano, garantendo sia per i vini bianchi che per quelli rossi, forse più famosi, una grande complessità. Il clima prevalentemente mediterraneo e la grande diversità di composizione dei terreni forniscono stilistiche molto differenti, caratteristica che aumenta ancora di più la bellezza di questa regione.

I piatti in abbinamento sono di Tina Marcelli, cuoca del Feuerstein di Brennero (Bz).

cod 61634



Sapaio 2016 – Podere Sapaio

Vitigno: Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Petit Verdot
Età delle viti: 25 anni
Consumo: dal 2019 al 2035
Forma di allevamento: Guyot
Gradazione alcolica: 14% vol.
Prezzo medio: 49 euro
Abbinamento consigliato: Sella di capriolo con crema di sedano



Una piccola realtà bolgherese che nasce con l'idea di produrre esclusivamente alta qualità. Tramite una attenta selezione delle migliori uve viene prodotto il Sapaio, bandiera del podere. Espressione molto classica del territorio e dotato di intensità ed eleganza, garantisce grande soddisfazione durante l'assaggio. Tannini morbidi e un'immediata freschezza rendono il vino molto versatile anche all'abbinamento con piatti molto complessi. Ottima bottiglia in età giovane, ma il mio consiglio è di pazientare per qualche anno proprio per riuscire ad ottenere il meglio da questo grande vino.



Poggio alle Gazze 2017
Tenuta dell'Ornellaia



Vitigno: Sauvignon Blanc, Vermentino, Viognier, Verdicchio
Età del vigneto: 25 anni
Consumo: dal 2019 al 2039
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 55 euro
Gradazione alcolica: 13.5% vol.
Abbinamento: Polpo e insalata di mare



Uno dei vini bianchi più famosi di questa bella regione, e oltre che famoso anche di altissima qualità. Dopo le selezioni accurate in vigna, i grappoli, interi, vengono sottoposti ad una leggera pressatura prestando attenzione ad ogni possibile ossidazione. Prima della messa in barrique della metà del mosto e in 3 differenti vasche (acciaio, legno e cemento) dell'altra metà, viene fatta una decantazione statica di circa 12 ore. Dopo 6 mesi di ulteriore maturazione sulle fecci con batonnage per tutto il periodo, viene imbottigliato e fatto riposare per ulteriori 12 mesi. Il microclima e la lavorazione in cantina producono un vino di grande cremosità e freschezza. Freschezza e persistenza molto equilibrate tra loro, fiori bianchi e note agrumate si combinano in modo perfetto. Un vino dotato di grande struttura, al fine di garantire un lungo invecchiamento o sorprendere durante la degustazione nel caso fosse aperto nel primo periodo di uscita sul mercato.

Rosso di Montalcino 2016 – Casanova di Neri

Vitigno: Sangiovese
Età del vigneto: 40 anni
Consumo: dal 2019 al 2030
Forma di allevamento: Guyot
Prezzo medio: 33 euro
Gradazione alcolica: 14% vol.
Abbinamento: Filetto di maiale con rucola e parmigiano



Un grande classico toscano, è doveroso prendere in considerazione il Rosso di Montalcino per un articolo di questo tipo. E quale scegliere se non quello di Casanova di Neri? Freschezza e persistenza sono le caratteristiche principali di questo piccolo grande vino, classica espressione di territorialità, molto evidente e facilmente riconoscibile. Note di frutta rossa piccola combinate a un lieve ricordo ferreo e speziato, té nero, eucalipto e ciliegia, donano a questo vino grande complessità; in bocca una freschezza smisurata, accompagnata da tannini presenti ma non invadenti, garantisce grande struttura e bevibilità.



DEJÀ BÙ

Eleganza e complessità dei vini che cominciano per...K

I lettori più "millesimati" di questa rubrica ricorderanno senz'altro, come me, un giochino innocente che si faceva da ragazzini rigorosamente con carta e penna (la tastiera era ancora di là da venire). Scelte alcune materie generiche (tipo nomi, animali, cose, città, ecc.) e stabilita la rotazione delle chiamate fra i partecipanti, si iniziava prendendo a turno una lettera come iniziale e compilando il foglio delle risposte. Quelle originali venivano premiate con 10 punti e quelle ricorrenti fra più soggetti venivano punteggiate con 5. 5 che fioccavano copiosi con la lettera K, essendo difficile uscire dal classico loop Kevin, Koala, Kryptonite, Kansas City.

La materia "vino" negli anni '60-70 non avrebbe certo offerto grandi spunti anche per gli esperti dell'epoca.



di Guido Ricciarelli

Riflettevo su questo aggancio durante la 16ª edizione di ViniVeri, andata in scena a Cerea (Vr) lo scorso aprile, in cui tre fra i miei migliori assaggi iniziano, guarda caso, con la K e provengono (altra coincidenza curiosa) tutti dal Piceno. Clara Marcelli ha proposto il K'Un 2016, un Montepulciano in purezza dal colore impenetrabile e ancora in divenire nella sua trama gustativa, che lascia però trasparire, nella sua consistenza fruttata, belle pennellate di china e grafite, con una imperiosa chiusura balsamica.

Oasi degli Angeli ha rilanciato con i suoi vini bandiera in due delle migliori interpretazioni di sempre. Kurni 2016, anch'esso 100% Montepulciano, ha un quadro espositivo più sfaccettato, in cui il frutto si intreccia con la componente speziata, la nota di tabacco, il contrappunto delle erbe aromatiche che danno sapore e dilatano lo splendido finale di bocca.

Esaltante la degustazione del Kupra 2015, 100% Bordò (un'uva locale parente stretta della Grenache francese). L'armonia fatta vino, con una mirabile fusione di eleganza, freschezza e potenza rilanciate da un soffio di liquirizia, incenso, tabacco, garrigue. Kapolavori marKigiani. cod 61744



UN VITIGNO AL MESE

Bianchello del Metauro Eccellenza marchigiana

di *Piera Genta*

● Vitigno a bacca bianca, dalle origini antiche ed incerte che sfociano nella leggenda. Le prime testimonianze sull'esistenza del vino omonimo risalgono al III secolo a.C. Tacito suppone che il Bianchello sia stata la causa principale della sconfitta subita dall'esercito romano ad opera di Asdrubale Barca, fratello di Annibale, durante la battaglia del Metauro nell'estate del 207 a.C., uno degli scontri decisivi della seconda guerra romano-punica, che i soldati romani avrebbero affrontato in stato di ubriachezza.

Il suo nome deriva dal vitigno Bianchello e dal Metauro, uno dei fiumi principali delle Marche. L'area di produzione abbraccia 18 comuni della provincia di Pesaro e Urbino, nella vallata del Metauro, anche se la zona migliore è quella situata a nord del fiume dove si trovano i produttori storici.

Vino fragrante e fresco, tenue e delicato, lo si apprezza soprattutto giovane. Colore paglierino con sfumature verdi, il bouquet richiama i prati in fiore e i frutti a pasta gialla maturi e ancora erba limoncina, salvia e timo, con un accenno minerale nel finale. Il corpo, pieno e appagante, ha con una discreta morbidezza. Interessante la vena sapida che finisce in un finale ammandorlato.

Il Bianchello del Metauro Doc dispone delle varianti Superiore, più strutturato e sapido, Spumante, frizzante e con toni agrumati più decisi, e Passito, caratterizzato dal sapore di miele e albicocche secche. Sulla tavola incontra egregiamente tutti i prodotti in cui vive la tradizione gastronomica marchigiana nelle più disparate preparazioni o il prosciutto di Carpegna Dop. cod 61762

BOLLICINE... CHE PASSIONE!

Hic est XXII

Il metodo Classico di Gurrieri

di *Piera Genta*

Una bollicina che non ti aspetti: ottenuta dalla vinificazione in bianco di Nero d'Avola e Frappato, antichi vitigni siciliani che danno origine al Cerasuolo di Vittoria, unica Docg della Sicilia. L'azienda della famiglia Gurrieri si trova a sud-est dell'isola, in provincia di Ragusa. I vigneti di proprietà sono coltivati secondo i principi dell'agricoltura biologica, inoltre vengono adottati metodi ecosostenibili, certificati dall'ente Icea.

Nero d'Avola e Frappato sono le varietà di uva che qui hanno trovato un habitat ideale, i Monti Iblei, con terreni ricchi di argilla, molta sabbia rossa e calcare, un clima mediterraneo ventilato caratterizzato da forti escursioni termiche.

Uno spumante, estremamente curato, segue tutte le tappe previste dalla lavorazione del metodo Classico con un affinamento sui lieviti di 22 mesi. Remuage manuale per questa eccellenza prodotta in soli 1.300 esemplari. Le uve provengono da vigne situate ad un'altitudine compresa fra i 280 e i 290 metri sopra il livello del mare, nelle contrade Biviere e Fegotto di Sotto del comune di Chiaramonte Gulfi.



Nel bicchiere si presenta con un bel colore giallo dai riflessi rosati e un perlage minuto, fine e continuo. Al naso è immediato e propone note classiche di crosta di pane che lasciano spazio a delle percezioni di frutta a polpa rossa. In bocca ha un'entratura lineare, fruttata, ricca. Le bollicine avvolgono il palato, lungo e persistente, con una chiusura ricca di personalità.

Ottima scelta per l'aperitivo, eccellente con il pesce crudo, si abbina bene a molti piatti della cucina di mare e può accompagnare anche qualche preparazione più impegnativa grazie alla sua consistenza associata ad un sorso di rara dinamicità. Una proposta inedita ed interessante. cod 61792

Il vino come 2500 anni fa
Premiato esperimento all'Elba

L'enologo Antonio Arrighi ci prova con una tecnica utilizzata dagli antichi Greci: tenere l'uva per qualche giorno in mare per eliminare la sostanza cerosa esterna, avere un appassimento più veloce e riuscire a far mantenere al vino aromi e sostanze. Tutto è stato documentato in un cortometraggio di 15 minuti che ha vinto due premi a Marsiglia alla rassegna Oenovideo.

Antonio Arrighi ci ha riprovato all'isola d'Elba, con l'uso dell'anfora come vaso vinario e la "macerazione" delle uve in acqua di mare, alla maniera dei vini di Chio. L'esperimento è partito con l'Università di Pisa, da un'idea del professore ordinario di viticoltura dell'università di Milano **Attilio Scienza**. «Un esempio di archeologia sperimentale - dichiara il professore - che ci consente di dare risposte a interrogativi rimasti inevasi».

«Volevamo riprodurre il vino dei Greci dell'isola di Chio - **racconta Antonio Arrighi** - abbiamo utilizzato le ceste di vimini e l'Ansonica, un'uva resistente e originaria di quelle zone, un incrocio tra due vitigni dell'isola di Chio. L'abbiamo messa in profondità per alcuni giorni ed è stata proprio una ricerca, una prova per capire quanto potesse resistere.



Siamo riusciti nel nostro progetto. L'uva è stata poi messa ad appassire sulle cannucce e successivamente in anfora. La quantità di sale presente dopo 5 giorni in mare ha permesso di evitare l'uso di solfiti: il sale ha fatto da antiossidante e conservante. A marzo, quando abbiamo assaggiato il vino ci siamo emozionati».

cod 61567



LA SEDUZIONE DELL'ETICHETTA

Sfumature di rosa e geometrie per La Pettegola *limited edition*

di *Piera Genta*

L'artista vicentino, autodidatta, le cui illustrazioni sono apprezzate sia nel mondo artistico che commerciale, vanta collaborazioni prestigiose con multinazionali quali la Sony Pictures, Warner Bros, Emirates, Mtv, Virgin Atlantic etc. ed ha partecipato a numerose mostre e performance in tutto il mondo.

Una monocromia rosa, un complesso e preciso intreccio di geometrie e linee avvolge tutta la bottiglia lasciando intatta l'etichetta originale.

Un'opera dedicata alle donne per una parentesi di relax speciale: l'ora dell'aperitivo. Siamo nella campagna toscana, sullo sfondo una cornice di cipressi su cui si profila il Castello di Poggio alle Mura, rosa il dress-code degli invitati rispettato anche dal cielo al tramonto. Uno scenario incantevole e nei calici La Pettegola.

Un Vermentino dalla spiccata personalità, proviene da vigneti della costa toscana, fragrante, note di erbe aromatiche che ricordano la macchia mediterranea e richiami di frutta gialla. Sorso fresco e minerale, delicato, intenso nella sua persistenza leggermente aromatica.

L'allegro vocio si mescola al tintinnio dei calici e dall'etichetta fa capolino un uccellino che assiste alla scena prima di volare via portando con sé il ricordo di una delle tante notti magiche al calar del sole in un borgo nel cuore della Toscana.

cod 61790

Brunello di Montalcino Docg Donna Rebecca 2014

DECANTER PLATINUM AWARD

Uve: 100% Sangiovese
Vinificazione: vinificazione integrale ad acino intero in barrique con controllo della temperatura. Fermentazione e macerazione della durata di 90 giorni a temperatura controllata di 26°C. 8 batonnage giornalieri tramite rotazione della barrique secondo preciso schema di lavorazione borgognone
Affinamento: 30 mesi in barrique Baron, compresa vinificazione, 18 mesi in bottiglia
Colore: rosso rubino
Profumo: intenso di violetta e frutti rossi
Sapore: intenso con note di frutti di bosco e vaniglia
Servire a: 18-20°C
Gradi: 14.5% vol.
Abbinamenti: piatti strutturati di carni rosse, selvaggina da penna e pelo



Società agricola Ridolfi
loc. Mercatali 1 - 53024 Montalcino (Si)
Tel 0577 1698333
www.ridolfimontalcino.it



Platinum Award a Ridolfi

● L'annata 2014 ha regalato piacevoli soddisfazioni alla Tenuta Ridolfi: il Brunello di Montalcino Donna Rebecca 2014 è stato premiato con il Platinum Award, con un punteggio di 97/100. Una vendemmia complicata che è stata interpretata con grande efficacia dal terroir di Ridolfi e dall'esperienza di Gianni Maccari. Già cantiniere a Poggio di Sotto per oltre dieci anni, Maccari ha trovato nella 2014 la sua prima vendemmia nel versante più fresco, piovoso e con la più grande escursione termica dell'intera denominazione del Brunello.

Il Brunello di Montalcino "Donna Rebecca" nasce dalla passione per i grandi vini di Borgogna di Giuseppe Valter Peretti e Gianni Maccari. Acini interi di Sangiovese vengono fatti fermentare, macerare e maturare e in specifiche barrique della Tonnellerie Baron, denominate "vinification integrale". Uve di altissima qualità rendono possibili macerazioni fino a 70 giorni. Una specifica tecnica di "batonnage" è attuata 8 volte al giorno, durante il contatto con le bucce.

Donna Rebecca riposa per 30 mesi in barriques di rovere francese e affina in bottiglia per ulteriori 18 mesi. Il vino che ne risulta ha un carattere setoso e raffinato, una vibrante freschezza e notevole profondità. La produzione, limitata a sole 1.800 bottiglie numerate, è riservata ai migliori clienti della Tenuta, nonché consumata con soddisfazione dalla proprietà. cod 61641

Decanter world wine awards 2019

Premiati 2.385 vini italiani

È stata un'edizione vincente per l'Italia quella dei Decanter world wine awards andata in scena a Londra. Il Belpaese si è classificato secondo nel medagliere, dietro alla Francia. Il concorso si propone come uno dei più prestigiosi e partecipati al mondo: 17mila i vini presenti provenienti da 57 Paesi. Quasi 2.400 vini italiani hanno ricevuto una medaglia, mettendo così in luce il gran numero di zone vinicole d'eccellenza e il calibro della loro produzione enologica.

Tra le regioni che si sono distinte, la Campania ha ottenuto numerose medaglie. L'86% dei vini in concorso sono stati premiati con una medaglia, un aumento del 26% rispetto a quelli iscritti nel 2018. Tra tutti, si è distinto il Kalimera di Cenatiempo, un monovitigno Biancolella Doc prodotto ad Ischia. Il vino ha conseguito il riconoscimento Best in Show per l'annata 2017. La regione si è inoltre aggiudicata due medaglie di platino per la Riserva Vigna Quintodecimo 2014 e per la Riserva Cantina Sanpaolo di Claudio Quarta 2013.

La Toscana ha visto un incremento del 27% nelle medaglie, con altri quattro platini (tra cui ricordiamo il Brunello di Montalcino Docg Donna Rebecca 2014 di Ridolfi) e otto ori. Inoltre, la regione ha conquistato un Best in Show per il Cigliano 2016. Il Piemonte si è aggiudicato la bellezza di sei medaglie di platino,



15 d'oro (tra cui il Barolo Docg Soranus 2013 di Tenuta Montemagno) e un Best in Show, suscitando ancora una volta l'ammirazione dei giudici. La Sicilia festeggia invece il riconoscimento del 76% dei propri vini e vanta due medaglie di platino e tre d'oro nel proprio palmarès.

Giunto alla sua 16ª edizione, nel 2019 il concorso ha registrato successi da zone di produzione vinicola meno note come l'Europa orientale, la Cina e il Messico. Francia, Stati Uniti e Australia hanno ottenuto ancora una volta ottimi risultati. Durante la settimana di svolgimento dell'evento, oltre 280 tra i più autorevoli esperti enologi a livello mondiale hanno degustato e discusso i meriti di ciascuna bottiglia in concorso. Soltanto 50 di queste (un esiguo 0,3% di tutti i vini iscritti) sono state premiate con l'ambito riconoscimento Best in Show. Altri 148 vini hanno ricevuto la medaglia di platino e 480 quella d'oro. Quest'anno, il 74% dei vini iscritti ha ottenuto una medaglia (rispetto al 66% del 2018), evidenziando così l'impegno costante profuso dai produttori nel migliorare la propria offerta vinicola di anno in anno.

L'elenco completo dei vini premiati è pubblicato su **www.italiaatavola.net**. Per vederlo inserisci nel campo di ricerca il codice 61306

Soranus di Tenuta Montemagno Un Barolo da oro

Il Barolo Docg Soranus 2013 ha meritato il riconoscimento "Gold" ai Decanter world wine awards. Un vino vigoroso e longevo con una piacevole, intensa tannicità. Tenuta Montemagno è adagiata sulle dolci colline del Monferrato piemontese, lungo il 45° parallelo, una coordinata particolarmente vocata alla coltivazione della vite sin da epoche antiche. Il "metodo TM" è sinonimo di eccellenza: in vigna, in cantina e in bottiglia. Produzioni limitate e un'accurata defoliazione delle viti per consentire una corretta areazione dei grappoli selezionati e raccolti a mano determinano la qualità della materia prima, raccolta in piccole cassette. Una seconda selezione, manuale, precede la fase di diraspatura meccanica e la successiva fermentazione effettuata con lieviti nobili selezionati.
La bassa percentuale di solfiti contenuta in tutte le etichette è uno dei maggiori valori aggiunti della cantina; una precisa scelta per posizionare i prodotti di Tenuta Montemagno fra le bottiglie italiane in grado di trasmettere un'emozione, grazie ai terroir in cui crescono le vigne.
Le operazioni di vendemmia, vinificazione e affinamento avvengono nelle antiche cantine della Tenuta, attrezzate con tecnologie all'avanguardia. Qui nascono vini tradizionali e vini decisamente nuovi, come il TM Brut, un metodo Classico ottenuto da uve Barbera. cod 61673



Barolo Docg Soranus 2013

DECANTER GOLD

Uve: 100% Nebbiolo
Vinificazione: uve coltivate nelle zone più vocate della Docg. Affinato in legni medi e grandi per 24 mesi, regala profumi ed emozioni uniche
Colore: Rosso granato brillante, con leggeri riflessi carminio
Profumo: ampio, intenso con leggere note di vaniglia, liquirizia, spezie antiche, pepe nero, ciliegia e frutti di bosco
Sapore: pieno, complesso, quasi opulento nella sua potenza, ricco ma equilibrato con giusto bilanciamento tannico e grande persistenza dolce. Note eccellenti di cacao e burro fuso, retrogusto di frutta matura
Servire a: 18-20°C
Gradi: 14% vol.



Tenuta Montemagno
via Cascina Valfossato 9 - 14030
Montemagno (At) - Tel 0141 63624
www.tenutamontemagno.it

CAMBRO
TRUSTED FOR GENERATIONS™

insegna come conservare gli alimenti in sicurezza con i prodotti StoreSafe® STORE FRESH



Il profitto si ottiene servendo cibo e non nel buttarlo via.

Cambro è consapevole di quanto sia difficile mantenere gli alimenti freschi nel miglior ambiente possibile, per questo fa continui studi su come migliorare la conservazione di frutta e verdura nei contenitori più idonei, aumentando così la Shelf Life.

Cibo rovinato troppo in fretta? incrementa la durata media dei tuoi prodotti con una corretta conservazione degli alimenti.



Il cibo deve essere fresco quando viene servito. Se non passa i controlli in cucina, sarà gettato prima ancora che tocchi un piatto.



Secondo uno studio dell'Università dell'Arizona il

4–10%

del cibo acquistato dai ristoranti, stimato in

22
MILIONI KG

al giorno, viene buttato.

INGREDIENTI

MANODOPERA SPESE

GENERALI

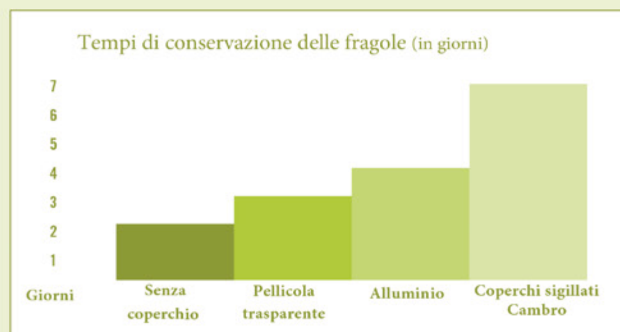
Le statistiche dell'NRA mostrano che il cibo rappresenta circa 1/3 dei costi di un ristorante tradizionale. Quindi, cosa significa questo per te?

QUANTO TI COSTA LO SPRECO DI CIBO?

StoreSafe® STORE FRESH

Budget operativo x 33% x 5% = Costo dello spreco di cibo

Il deterioramento degli alimenti è causato dalla combinazione di differenti variabili: aria, umidità, luce, temperatura e batteri. Come si può rimediare? Con i coperchi Cambro è possibile eliminare aria, umidità e ridurre le contaminazioni crociate.





Test di laboratorio hanno dimostrato che, utilizzando correttamente le bacinelle Cambro con i loro coperchi sigillati, la durata di conservazione del prodotto aumenta da

2 a 3 giorni

rispetto allo stoccaggio con pellicola trasparente, alluminio o senza coperchio.

I PRODOTTI CHE FANNO AL CASO TUO...





Scaffalature *CAMSHELVING*® serie Premium e Basics Plus



Barattoli quadrati *CAMSQUARE*® e Rotondi con Coperchi Sigillati





Bacinelle Gastronorm in policarbonato *CAMWEAR*® e polipropilene con coperchi sigillati









CAMBRO®
TRUSTED FOR GENERATIONS™



PENTOLE AGNELLI
PROFESSIONAL COOKWARE
MADE IN ITALY
Importatore e distributore per l'Italia

La birra artigianale piemontese

Culture "locali" di ampio respiro

Dopo Lazio e Puglia, ci spostiamo in una delle regioni italiane più interessanti in termini di qualità e movimento birrario. Ad accompagnarci è **Paolo Celoria**, collaboratore della sezione birra Slow Food di Vercelli, docente nei corsi di degustazione per diverse associazioni in Piemonte e Lombardia.

Cosa vuol dire birra in Piemonte oggi?

Il Piemonte è da sempre terra di grandi vini, ma è innegabile che sia anche terra di grandi birre. Il movimento artigianale italiano ha preso il via anche da qui, grazie a Teo Musso di Baladin e ai fratelli Borio di Beba, ad oggi il Piemonte si gioca con il Veneto il ruolo di seconda forza in quanto a numero di produttori in Italia, dietro alla Lombardia. La crescita è stata costante e su tutto il territorio troviamo realtà variegate che vanno dai birrifici noti e apprezzati a livello mondiale a quelli che invece insistono molto sul loro territorio di riferimento, utilizzando ingredienti autoctoni, il tutto sempre mantenendo un taglio molto "piemontese" e quindi poco aggressivo a livello di marketing e immagine, ma molto solido. Si può dire che quella piemontese sia una scena matura in cui c'è sempre spazio per nuovi inserimenti di qualità. Se proprio si vuole trovare una lacuna è quella relativa agli eventi birrari: ci sono iniziative di ampio respiro e alta qualità come "C'è fermento a Saluzzo", così come ci sono diverse manifestazioni interessanti promosse da singoli birrifici o locali, ma manca un evento di portata nazionale o internazionale, come abbiamo invece in altre regioni.



di Giovanni Angelucci

Quali sono le tappe imprescindibili di un itinerario brassicolo piemontese?

Con più di 140 birrifici sul territorio è difficile non fare torto a qualcuno e citare tutti i meritevoli, quindi inizierei con un pensiero dedicato alle realtà consolidate e apprezzate anche al di fuori dei confini nazionali. Impossibile non pensare a Baladin, in particolare per visitare l'Open Garden e per conoscere la linea delle birre "da divano", ancora oggi quasi uniche nel panorama italiano, per poi passare a Loverbeer, dove Valter Loverier sprigiona la sua passione e il suo approccio peculiare alla produzione birraria; imprescindibile Montegioco con tante birre legate intimamente al territorio, per poi passare a Croce di Malto e a Birra Elvo dove Josif Vezzoli usa l'acqua di Graglia per creare una linea di basse fermentazioni favolose.

Paolo Celoria con produttori ed esperti del mondo brassicolo



Quali sono i birrai che lavorano in maniera lodevole?

Valter Loverier, Josif Vezzoli e Riccardo Franzosi sono stati premiati più volte; Alessio Selvaggio di Croce di Malto ha premi internazionali e la presenza costante nei Top 20 d'Italia, così come Alessio "Allo" Gatti di Canediguerra, ma sul territorio ci sono anche tanti altri validissimi birrai meno chiacchierati che da anni garantiscono prodotti di alta qualità e costanza, come Simone Sparaggio di Pasturana, Enrico Terzo di Un Terzo, Riccardo Miscioscia del birrificio La Piazza, Gian Paolo "Gippo" Camurri di Kamun, oltre ad alcuni giovani promettentissimi come Loris Mattia Landi di Edit.

E cosa ci dici dei birrifici agricoli?

Il fenomeno dei birrifici agricoli in Piemonte si sta abbastanza diffondendo e, a parte il caso Baladin, coinvolge in buona parte aziende agricole che hanno iniziato a fare birra, anche se esistono alcuni birrifici con piccoli volumi di produzione che si sono "convertiti" in agricoli iniziando a prodursi le materie prime. Tra l'altro in Piemonte iniziarono alcune delle prime coltivazioni autoctone di luppolo, anche se su scala molto ridotta. L'essere vicini al territorio va oltre il concetto del "birrificio agricolo" perché anche realtà che non sono giuridicamente agricole dimostrano una "vicinanza" molto radicata. Oltre ai già più volte citati Montegioco e Loverbeer, abbiamo ad esempio Birrificio Sant'Andrea (nella mia Vercelli) che usa il riso, o i produttori che si sono lanciati nel mondo delle Iga (Sagrin uno dei più interessanti tra i giovani) sfruttando la vocazione vinicola della regione.

Materie prime particolarmente usate in regione?

Montegioco utilizza i prodotti coltivati a pochi km - se non metri - dal birrificio, come la pesca di Volpedo o la Bella di Garbagna (presidio Slow Food) e lo stesso vale per il solito Loverbeer con ramassin, ciliegie, cardi, ecc. Nella zona del vercellese si usano tipologie pregiate di riso, mentre altri birrifici nel Monferrato o nelle valli montane puntano su erbe aromatiche. Non mancano poi vari utilizzi di uve e vini del territorio.



Paolo Celoria con produttori ed esperti del mondo brassicolo

Birre del Piemonte assolutamente da assaggiare?

Con 140 birrifici dovrei citare almeno 200 birre ma cercherò di limitarmi e citerò quelle imprescindibili: Piedi neri di Croce di Malto, Roè di Sagrin, Brusatà di Aleghe, Bramabirra di Beer in, Schwarz di Elvo, American Ipa di Canediguerra, Hellrice di Birrificio Sant'Andrea, Nucis di Kamun. Sicuramente poi qualche prodotto storico come la N.1 di Beba, una qualunque della linea Xyauyu di Baladin, la Quarta runa o la Mummia di Montegioco e la Beerbrugna di Loverbeer.

Pub e mescita: Torino è il centro?

Potremmo fare meglio, in questo caso teniamo un po' fede alla nomea piemontese di essere gente tranquilla, a volte seduta e senza troppa voglia di strafare, per quanto non manchino realtà estremamente interessanti. Torino si sta lentamente svegliando e offre almeno un locale di assoluta caratura nazionale, come Open Baladin, oltre ad altre realtà più piccole (Dogana, Tripel B, Lo Sfuso o Bici e Birra) o più variegate (la valida struttura di Edit con birrificio interno); a corollario ci sono i già affermati locali dei birrifici cittadini (San Paolo, La Piazza e Torino) oltre ad altre realtà più recenti ed ambiziose come Lambìc. Nel resto della regione ci sono attività ancorate al territorio, come il notevole locale di Troll a Vernante o il brewpub di Trunasse nel cuneese o i locali e taproom di birrifici nelle altre province, da Un Terzo a Elvo, da Bsa a Canediguerra e Citabiunda. Vanno poi citati gli alessandrini Hop e Birraland, Il Cavallino alato ad Asti, il St. George a Novi Ligure, l'Old tower pub a Novara e Fratelli Macondo a Oleggio. Last but not least, il locale con più spine d'Italia, ovvero il The Kitchen di Galliate che propone 50 vie e un'offerta che spazia anche ben oltre la birra. La scena piemontese è ampia, varia e caratterizzata da eccellenze indiscutibili, soprattutto dal punto di vista dei produttori. Il mercato, come in tutta Italia, si sta stabilizzando, ma è bello vedere che qualche realtà nuova e di alta qualità riesca sempre ad emergere, così come è bello vedere che ci siano birrifici con anni di vita sulle spalle che continuano a lavorare duro e migliorano a vista d'occhio, a testimoniare che tutti meritano un secondo o terzo assaggio nel tempo. Cito come esempio il birrificio Castagnero. cod 61659



BIRRA INVECCHIATA IN BOTTE UNA SCELTA DA INTENDITORI

Torniamo a parlare di birre e legno, tipologia che impazza tra gli appassionati. Lo facciamo con uno dei protagonisti italiani che è **Giovanni Campari** di Birrificio del Ducato. La prima domanda sorge spontanea: perché affinare le birre in legno? «Il percorso che ci ha portato ad invecchiare la birra in botte - spiega Giovanni - è iniziato nel 2008, a un anno dall'apertura del birrificio, in tempi non sospetti, quando di invecchiamento in botte con birra si parlava molto poco. Si tratta però di un metodo di conservazione e affinamento molto antico, determinato dalla necessità, soprattutto nelle fasi di trasporto e conservazione, di tenere la birra (ma anche il vino e altre bevande) in recipienti idonei e sicuri per evitarne il deterioramento». «La nostra quindi è stata una riscoperta - aggiunge - ma, insieme, anche un'innovazione, nate dalla fantasia di un mestiere. Quello del birraio, che non ha limiti e che spinge me e i miei colleghi ad un continuo viaggio introspettivo, condotto allo scopo di far confluire queste scoperte dentro una bottiglia con il tappo a corona, per condividerle con il popolo dei bevitori. Ma devo aggiungere che è proprio grazie agli appassionati di birre invecchiate che questa tecnica ha potuto trovare uno sfogo concreto nella nostra produzione, portandoci nel corso degli anni ad aumentare la quantità di birra invecchiata sino ad arrivare ai giorni nostri con una cantina di invecchiamento in legno che supera gli 800 ettolitri». (**G.A.**) cod 61572

BIRRA DELL'ASPIDE ESPRESSIONE DI UN TERRITORIO UNICO



Spesso i birrifici artigianali si trovano in luoghi ameni, in borghi o monasteri. Il Birrificio dell'Aspide è situato nel paesino di Roccadaspide (Sa), conosciuto anche per la mozzarella di bufala. **Vincenzo Serra**, birraio dal 2011, riesce a trasmettere a tutte le birre i profumi del territorio. Parte della produzione è arricchita dai luppoli coltivati nel Parco Nazionale del Cilento.
Ma a fare la differenza e a caratterizzare ancor di più l'Aspide è un lievito locale: Vincenzo decise di provare ad isolare un ceppo di lievito presente sulla buccia delle mele cotogne che crescevano sane nel suo giardino. Dopo vari esperimenti e prove è riuscito nell'intento e ha ottenuto la sua birra unica. (**G.A.**) cod 61580



LA BIRRA IN LITUANIA SI BEVE SEMPRE IN COMPAGNIA

In Lituania, parecchio fredda d'inverno, la birra non accompagna soltanto le lunghe serate di gennaio ma il suo largo consumo è diffuso anche durante l'estate, che nel Paese baltico è calda e assolata. La scelta è ampia. Ai banconi di pub e birrerie delle città principali troverete le onnipresenti Švyturys e Kalnapilis, le birre industriali più famose del Paese. I birrifici artigianali sono però ormai numerosi, soprattutto nel nord: un esempio sono le cosiddette "kaimiškas alus", prodotte nell'area della città di Biržai. Realizzate a pochi chilometri dalla Lettonia, sono birre con luppolo e malto locali, hanno ceppi di lievito propri, non sono filtrate e come indica la parola kaimiškas (rustiche) mantengono interamente il proprio profilo delineato da una selvaticità spiccata ma gradevole. A Vilnius c'è anche la più antica mini-fabbrica della città. La birra è prodotta nel seminterrato del pub e tutto è a conduzione familiare. Va da sé che le produzioni di mese in mese non saranno mai le stesse, ma il fascino è questo. (**G.A.**) cod 61576



FUORIMENU

Il caffè è anche... rosa

A tu per tu con Carolina Vergnano

Una **donna che è riuscita a fare tutti i passi giusti per arrivare dove è oggi**. Ha imparato dagli altri, pur tenendo sempre fede alle sue idee. Ha **valorizzato le persone** che guida, essendo d'esempio

Ci sono famiglie che hanno fatto la storia del nostro Paese. Ci sono aziende che, ancora oggi, portano in tutto il mondo il buono e il bello di una terra come l'Italia che da sempre si è distinta per la qualità delle sue materie prime. Poi ci sono donne che vincono sfide, che riescono a farsi riconoscere come leader, determinate e sicure. Parliamo della famiglia Vergnano, del loro caffè e in particolare di Carolina.

Chi è Carolina Vergnano?

Una grande appassionata del suo lavoro, principalmente, e di conseguenza una grande appassionata di caffè. Negli anni sono diventata quasi una maniaca della perfezione, nel cercare di raggiungere i risultati che mi ero prefissata. Sono molto severa con me stessa, ma allo stesso tempo vivo per costruire delle relazioni umane autentiche, parlo di quelle che ti porti dietro nella vita reale, non di quelle finte di cui pullulano i social network. Ecco perché probabilmente sono poche, molto poche, quelle che riesci a portarti dietro negli anni. Poi sono anche una madre di tre bambini di 10, 9 e 4 anni, Giulietta, Giovanni e Carlo. E per finire sono una grande appassionata della "casa", intesa non come semplice luogo fisico ma come spazio emotivo in cui ogni dettaglio contribuisce a rendermi felice. Ah, e poi sono una Donna!

Lei è "la donna del caffè italiano": come si trova a vestire questi panni?

È una responsabilità non da poco, a dire il vero, soprattutto perché non ce ne sono poi così tante di donne nel mio mondo. Credo che il caffè sia un po' di tutti, non è identificabile, non è qualcosa di maschile o di femminile, anche se nel modo in cui viene consumato è molto "femminile". Mi propongo come immagine di un pezzo di storia tutta italiana, quella del Caffè Vergnano, ma mi occupo anche di tanti aspetti legati all'ambito commerciale dell'azienda.

Nel lontano 1882 suo nonno aprì una piccola drogheria a Chieri. Lei quando ha capito che la sua strada era praticamente già segnata?

Lo capii presto. Frequentavo la scuola elementare e tutti i miei temi erano in qualche modo legati a quella che poi sarebbe diventata la mia professione, la mia vita. Non conoscevo ancora bene i dettagli, ma dalle parole di mio padre avevo capito che il suo era un lavoro stimolante, qualcosa che andava oltre la quotidianità e le otto ore in ufficio, un mestiere fatto di sogni, di progetti ambiziosi e che per essere fatto nel modo giusto aveva bisogno di un certo grado di creatività. Il mio sogno è sempre stato quello di far diventare grande il caffè, il nostro caffè. Crescendo mi sono accorta di avere a che fare con una realtà diversa da quella che immaginavo, ma è stata una rivelazione in positivo, sia chiaro! È bello però avere piena memoria di me stessa da sempre, è come sentire di essere nel posto giusto.

Come facciamo a capire se un caffè è buono?

È molto difficile capirlo, soprattutto per chi non è un "tecnico" del caffè. Uno dei miei obiettivi è quello di riuscire a far capire al mio interlocutore che la degustazione di un caffè può essere fatta su più livelli, tutti validi ed egualmente importanti: c'è la componente personale; c'è il caffè con un difetto tale da renderlo buono o meno buono; ma soprattutto c'è il gusto, c'è quello che ti piace, e questo nessuno mai potrà cambiarlo. Chiaro, ci sono anche delle qualità organolettiche oggettive di una miscela che vanno rintracciate e tenute in considerazione, ma la passione che vi lega ad un gusto o ad un altro non si può certo ignorare. Sono del partito del "piace a me" più che del "buono assoluto".



di Nadia Afragola

A Chieri (To) tra i ciliegi sorge il vostro quartier generale: l'Accademia Vergnano, una bellissima villa in stile liberty. Cosa accade in quel posto che sembra essere uscito da una favola?

Era un progetto di formazione pura e lo è ancora, avendo ottenuto la massima certificazione Sca (Specialty coffee association, ndr) di "Premier Training Campus Sca", ma non è più solo quello. Siamo in una casa storica di proprietà della famiglia Vergnano: il mio bisnonno Do- ➡



menico, che fondò l'azienda, la acquistò a fine '800. Mio papà la domenica era lì con zia Ernesta a bere caffè, vicino alla torrefazione. Il nostro mondo era lì, poi quella dimora è stata destinata ad altro, prima ad una scuola, poi ad un asilo e infine abbiamo deciso di riappropriarci del nostro passato, trasferendo lì il centro di formazione, in mezzo al salone che ha ospitato i miei antenati, tra i soffitti disegnati, la cucina, il soggiorno, la sala da pranzo e quel giardino che ne ha viste veramente tante. Portiamo il caffè in tutto il mondo attraverso la nostra formazione e le nostre selezioni, ed era giusto trasmettere anche i valori della famiglia. Le cose migliori le impari quando stai bene, e c'è del bello intorno a te, ecco perché la nostra scuola non avrebbe mai potuto essere qualcosa di industriale e di asettico, perché la nostra comunicazione parte dalle emozioni.



Al piano di sopra il caffè non è più protagonista, però…

Il piano superiore ruota intorno al cibo, a volte si organizzano dei corsi, intavoliamo discussioni, trattative, cuciniamo tutti insieme, ospitiamo chef… in un'atmosfera che volutamente rimane "domestica". C'è anche un soggiorno e ci saranno presto delle camere da letto, perché l'esperienza possa essere completa e perché il nostro cliente, amico, fornitore, ospite sia invogliato a restare con noi.

È uno spazio aperto al pubblico?

È aperto al pubblico da lunedì a venerdì, per tutte le specifiche il nostro sito è sempre aggiornato. Comunque essendoci al suo interno anche uno shop dove poter comprare "attrezzi" per andare oltre la tazzina e il cucchiaino, elementi di ricerca in altre parole, è necessario che lo spazio non solo sia accessibile ma sia anche sempre all'altezza delle richieste di chi varcherà la porta di casa. Perché è di quello che stiamo parlando, di una casa!

Perché avete deciso di collaborare con l'associazione Iwca (International women of coffee alliance, movimento internazionale che ha come scopo il miglioramento delle condizioni delle donne nel mondo del caffè)?

Per il lavoro e il sostegno continuo che dà a tutte le donne che lavorano nella filiera del caffè. Per diventare sostenitori diretti del loro lavoro e da qui nasce "Women in Coffee", un progetto benefico a cui tengo molto, che ha come primo obiettivo una piantagione gestita da sole donne nella Repubblica Dominicana. Volevamo far sì che queste donne potessero acquistare una tostatrice per ottenere ricavi aggiuntivi oltre alla vendita del caffè crudo. Un progetto piccolo ma specifico, e per noi anche simbolo di un lavoro più grande fatto intorno al ruolo della donna nelle piantagioni di caffè. Pochi sanno quanto le donne siano realmente coinvolte.

Ecco perché abbiamo deciso di riportare alla luce tutto questo con un progetto che ha come simbolo il colore rosa e si lega ad una "pink collection" di prodotti per i quali una percentuale delle vendite verrà sempre devoluta a quella piantagione. Sul sito troverete un contatore che si aggiorna in tempo reale con la cifra racimolata. Il nostro obiettivo è di raccogliere tutto il necessario entro Natale.

Mesi fa sul mercato è arrivata, per pochi fortunati che sono riusciti ad accaparrarsela, una miscela speciale: Pink Coffee. Com'è andata?

Benissimo, abbiamo sempre celebrato la giornata internazionale del caffè e nell'ultima edizione, dedicata alle donne nel caffè in tutta la filiera, dalla piantagione alla tazza, mi sono convinta a fare qualcosa di più scendendo in campo in prima persona, riflettendo sul senso pieno di cosa volessero dire quelle parole. Ecco perché abbiamo deciso di lanciare sul mercato una piccola produzione di caffè nato da una piantagione in Etiopia in cui a lavorare sono solo donne. Caffè che poi è stato tostato a Chieri, dove la presenza femminile è determinante, e



raccontato da donne ad altre donne, avendo però un prodotto fisico, reale, intorno al quale parlare.

Com'era il Pink Coffee di Caffè Vergnano?

Una monorigine prodotta in piccole quantità e in vendita solo nello shop dell'Accademia, 100% Arabica proveniente dall'Etiopia della varietà Limu, una tra le più pregiate che cresce sugli altipiani non lontano dalla capitale Addis Abeba, a un'altitudine fra i 1.200 e i 2.000 metri. Tra le caratteristiche aromatiche del Limu note di gelsomino, albicocca, caramello e una nota agrumata unica che viene definita come "an explosion of citrus". Cresce nei "Giardini del tè", ecco perché nei suoi chicchi troverete i profumi e i sapori del tè nero, di frutti come la banana e spezie come la cannella.

Progetti futuri?

Lavorare con un'altra piantagione al femminile in qualche angolo del mondo. Daremo continuità al nostro Pink Coffee, questo è certo.

Che caffè beve Carolina Vergnano?

La moka come primo caffè della giornata. Mi piace il suono che arriva da "quell'aggeggio magico". Mi piace il profumo che ne deriva, i gesti, la lentezza di un momento che è solo mio e tale voglio che rimanga. Questo accade al mattino, molto presto, poi scrivo le cose da comprare, faccio le mie commissioni private, riordino la mia vita familiare e inizio a rispondere alle prime mail. Il secondo caffè della giornata è un caffè filtro che condivido con mio marito... a malincuore, nel senso che ce lo strappiamo di mano. Parliamo del caffè fatto con la French Press, la macchinetta manuale con il filtro nella quale metti l'acqua calda, aggiungi la polvere di caffè, schiacci il filtro che fa passare il caffè e lo estrae. Il risultato è un caffè leggero, una dose condivisibile con un'altra persona, contenuto in questa caraffa che continua ad emanare il suo profumo. Sono due anni che questo modo di bere il caffè è diventato uno dei miei riti giornalieri. Dopo questa "degustazione" attacco con i caffè espresso e da lì non mollo più per tutto il giorno.

Il Four Seasons Hotel di Milano vi ha recentemente aperto le porte.

Insieme al Four Seasons Hotel Milano abbiamo trasformato il piacere del caffè in un vero e proprio percorso sensoriale e una nuova esperienza culturale in città, altamente customizzata: Coffee Experience. Insieme a noi hanno messo a disposizione degli ospiti un Coffee Trolley, realizzato in esclusiva da artigiani italiani, per racchiudere tutta l'essenza della cultura del caffè e poter proporre un momento unico e realmente fatto su misura per il cliente. Non è un progetto ordinario di fornitura di caffè, semmai è un mio sogno che si realizza, è un caffè che si fa esperienza perché è possibile creare una miscela totalmente personalizzata, scegliendo l'estrazione più apprezzata tra quelle internazionali proposte (Turkish Coffee, French Press, Gina Goat, Chemex, Syphon) e tra le diverse varietà disponibili (India Kaapi Royal, Colombia Excelso Washed, Ethiopia Natural Sidamo, Uganda Natural).

La sua è la storia di una giovane ragazza che si fa donna e imprenditrice. Dov'è il segreto per farsi prendere sul serio in un mondo dove a farla da padroni sono ancora gli uomini?

So benissimo di parlare da "privilegiata". Ho avuto la fortuna di potermi esprimermi e questo ti aiuta tanto, quando devi decidere che tipo di donna vuoi essere. Poi certo non è così scontato riuscire ad arrivare fino in fondo, perché devi essere abile, intelligente, umile, devi metterti in gioco ma in quel gioco prima devi entrarci. La volontà, quella poi è determinante perché non basta avere un bel sogno nel cassetto se poi non sei disposto a svegliarti tutte le mattine alle 6 per andare a prenderti con forza e convinzione ciò che credi ti spetti di diritto. Mi piace quando dicono che sono "la donna del fare", a cui però aggiungo "del fare con fatica". Mi hanno insegnato che non vai da nessuna parte se al mattino non inizi la giornata piegando il tuo pigiama. Sono questi i valori che insegno ogni giorno ai miei figli. Sono le piccole cose che ti fanno diventare una grande persona e una mente illuminata capace di andare oltre.

Il futuro... che profumo ha?

Sono ottimista, un profumo bello e piacevole, vedo come i miei figli vivono la loro esistenza. Sono consapevoli del loro ruolo nel mondo, io non ero così, non avevo il loro senso di responsabilità verso l'ambiente, non ero maniaca della raccolta differenziata come loro, non ero attenta a non sprecare la plastica come fanno loro oggi. I bambini sanno di avere nelle loro mani il futuro e le sorti del mondo... ecco perché sono ottimista. cod 61735

Caffè freddo shakerato

Un classico intramontabile

Preparare il caffè freddo è semplice ma occorrono alcuni, accurati passi:

Ingredienti

50 ml Caffè Cagliari espresso lungo, zucchero di canna (a piacere), ghiaccio a cubetti

Preparazione

raffreddare la coppa Martini riempiendola di cubetti di ghiaccio. Preparare un espresso lungo (50 ml) in una tazzina di ceramica e sciogliervi all'interno lo zucchero di canna. In alternativa è possibile usare lo zucchero di canna liquido direttamente nello shaker. Riempire lo shaker con i cubetti di ghiaccio e versarvi il caffè ancora caldo. Shakerare energicamente per una decina di secondi. Versare la bevanda in una coppa Martini, filtrandola con lo strainer. Servire dopo aver guarnito con chicchi di caffè o polvere di cacao.

Unico, insostituibile e versatile: il caffè è la bevanda più consumata al mondo dopo l'acqua e in Italia è una vera e propria istituzione, un rito a cui in pochi sanno rinunciare. Versatile perché si presta alle preparazioni più disparate, dalle versioni calde come il marocchino e il mocaccino fino al classico shakerato o il più creativo frappuccino. Con l'arrivo dell'estate infatti si apre la stagione dei caffè freddi e di tutte quelle bevande e preparazioni a base di caffè dedicate a chi proprio non riesce a rinunciare al suo gusto.

Ma così come ci sono regole fondamentali per la preparazione un espresso perfetto, anche per alcune bevande fredde, come l'amatissimo caffè shakerato, occorre seguire meticolosamente alcuni procedimenti. Claudio Po, responsabile e docente della Scuola del Caffè Cagliari, durante i suoi corsi spiega che «alla base di un buon caffè shakerato c'è sempre la preparazione del caffè espresso: circa 7,5 grammi di caffè appena macinato per evitare la dispersione del suo aroma, pulizia della doccetta, pressatura adeguata, temperatura dell'acqua intorno ai 90°C e un tempo di estrazione compreso tra i 25 e 30 secondi, che nel caso del caffè shakerato diventano 40 per estrarre 50 ml di caffè, ovvero un caffè lungo».


Claudio Po

cod 61583

Caffè Cagliari
via Emilia Est 1129 - 41122 Modena
Tel 059 376811
www.caffecagliari.it

La storia millenaria del tè
Da bevanda sacra a "cocktail"

L'origine del tè è cinese. Da migliaia di anni i Cinesi ne conoscono infatti la bontà e le proprietà. Passata "indenne" attraverso tre dinastie di imperatori (Tang, Song e Ming), questa fantastica bevanda è giunta a noi solo di recente, se rapportata ai lunghi tempi orientali; il merito è degli inglesi, che lo diffusero in tutto il mondo.

In origine era considerata una bevanda sacra, tanto che veniva coltivato solo lungo le rive del fiume Giallo (Yangtze) ed era riservato all'uso esclusivo della famiglia imperiale. In seguito assunse un uso medicinale; solo molto tempo dopo, come detto prima, grazie ai mercanti inglesi e alla colonizzazione dell'Oriente, si diffuse nel resto del mondo, precisamente dal 1658, quando con la fine della dinastia Ming fece la sua comparsa ufficiale alla corte di Londra.

Il vero nome del tè era "ch'a", che attraverso i colonizzatori olandesi divenne "tay" per poi, nel Regno Unito, trasformarsi definitivamente in "tea". Ad oggi questa bevanda viene chiamata in diversi modi a seconda del luogo: in Cina ch'a, in India tschaj, in Giappone cha, in Russia caj, in Inghilterra tea, in Germania tee, in Italia tè.

I grandi commercianti inglesi quali Garraway e Twining fecero sì che fosse conosciuto in tutto il Regno Unito, portandolo in ogni casa: riuscirono a realizzare questo diffondendo la voce secondo la quale questa nuova bevanda in arrivo dall'Oriente avrebbe potuto curare ogni disturbo, rendendo allo stesso tempo il corpo sano, attivo e vigoroso.



di Carmine Lamorte

È nel 1706 che Twining fondò la prima ditta produttrice di tè e con essa la Tom's coffee, dove si vendeva solo tè sfuso in foglia. Anche Thomas Lipton fu un importante commerciante di tè, contribuì alla sua diffusione aprendo negozi e magazzini in tutta la Gran Bretagna prima, acquistando poi piantagioni di tè a Ceylon (oggi Sri



Lanka), riuscendo in questo modo a diffonderlo e venderlo in tutto il mondo, con lo slogan "direttamente dai giardini del tè alla teiera". La bevanda era molto gradita a Corte, tanto che durante l'epoca Vittoriana la stessa regina amava organizzare feste a Corte, durante le quali ai suoi invitati offriva tè nero abbinato a cotolette d'agnello, uova, carni, formaggi, patate dolci al burro; tutto questo avveniva intorno alle 5 del pomeriggio, era una vera e propria cena molto amata dai reali, chiamata High Tea.

All'epoca il tè se lo potevano permettere principalmente nobili e benestanti, in quanto era molto caro - intorno ai sette scellini l'etto per la selezione più economica, l'equivalente di una settimana di paga di un operaio medio - per via delle forti tasse imposte dalla Corona, in quanto il tè era considerato alla stregua di caffè e cacao. La richiesta però, malgrado il prezzo, era talmente grande da portare alla formazione di un mercato di contrabbando.

Per abbassarne il prezzo i trafficanti illegali aggiungevano altri tipi di foglie, come quelle della liquirizia e del prugnolo: questa tipologia di contraffazione era facilmente realizzabile con il tè verde, ma molto rischiosa e difficile con quello nero, per questo gli inglesi iniziarono a preferire quest'ultimo tipo di tè.

Nel 1766 venne introdotta una legge che condannava coloro che tagliavano il tè e ne facevano contrabbando alla prigione. Grazie a questa, benché il prezzo del prodotto non si fosse abbassato, diminuirono e in breve cessarono del tutto contraffazione e contrabbando.

Intanto negli Stati Uniti avveniva il "Boston Tea Party", l'assalto da parte dei coloni a tre navi inglesi che dovevano scaricare un carico di tè e caffè nel porto di Boston, in protesta alle alte tasse imposte dalla Corona inglese; tutto il carico fu gettato in mare, dando così avvio alla guerra di secessione. cod 61195

TEA SPRITZ

Ingredienti: 50 ml di tè verde Jasmine (infusione lunga), 10 ml di succo di limone, 70 ml di Prosecco
Procedimento: miscelare e guarnire con un lemon twist
Servizio: direttamente in un grande goblet con molto ghiaccio

ISLAY TEA MARTINI

Ingredienti: 50 ml di whisky torbato, 20 ml di tè Gun Powder (infusione lunga)
Procedimento: miscelare e versare in coppa a cocktail
Decorazione: una ciliegina al maraschino e uno spruzzo di lemon twist
Servizio: in un mixing glass

Norda e Disney

Che spettacolo!

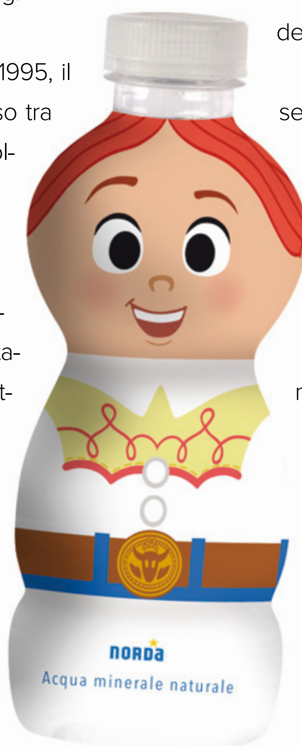


Si trovano su bottiglie Norda studiate ad hoc i personaggi della “Collezione Toy Story 4”. Una grande novità anche per il canale Horeca, lanciata in concomitanza con l’arrivo nelle sale del film Disney-Pixar. Un’operazione di co-marketing che Acque Minerali d’Italia, gruppo al quale fa capo il marchio Norda (con gli altri masterbrand Sangemini e Gaudianello), ha recentemente sottoscritto con Disney Italia. Da questa collaborazione, che sarà pluriennale, nascono le bottiglie in Pet da 27,5 cl “full sleeve” con i personaggi della amatissima e intramontabile saga filmica di Toy Story, disponibili in confezioni da 4 per il canale retail e da 24 per l’ingrosso. Una vera e propria collezione di bottiglie-personaggi per la gioia di tutti i bambini.



Uscito nelle sale per la prima volta nel 1995, il film Toy Story ha avuto un enorme successo tra il pubblico arrivando ad incassi record. Inoltre il merchandising Disney ha continuato a mantenere alto l’interesse dei bambini sui personaggi di Toy Story in attesa del quarto episodio: dalla fine del mese di giugno anche nelle sale italiane sono arrivate le fantasmagoriche avventure del mondo dei giocattoli. Le prime sei mascotte con i personaggi della saga, disponibili presso la rete vendita di Acque Minerali d’Italia, sono tutte da collezionare! Particolare attenzione è data alla comunicazione: sono stati infatti creati appositi e coloratissimi espositori da banco e da terra e relativi crowner. Materiali, questi, che sapranno dare subito grande visibilità al prodotto nelle location dove saranno posizionati (per un bambino sono un’attrazione irresistibile!).

L’operazione aggiunge anche obiettivi educativi sviluppando il concetto della “corretta idratazione” quotidiana fin dalla più tenera età e soprattutto in estate. Da questo punto di vista l’acqua Norda della collezione Toy Story 4 è perfetta: si tratta infatti di una oligominerale naturale (sorgente Vela), particolarmente pura ed equilibrata, imbottigliata nello stabilimento di Bedonia sull’Appennino Parmense ai piedi del Monte Pelpi (1.495 m). Quest’acqua ha inoltre ottenuto l’autorizzazione dal ministero della Salute per essere utilizzata nella preparazione degli alimenti dei neonati.



La nuova proposta di Acque Minerali d’Italia si inserisce nella grande attenzione che il Gruppo rivolge alle potenzialità del canale fuori casa. Lo dimostra una gamma di proposte esclusive, che evidenziano come anche le bottiglie in Pet sanno essere originali e raffinate. Due esempi di grande significato sono la bottiglia Exclusive e “La D”, entrambe a marchio Norda che dal loro lancio sul mercato hanno valorizzato il packaging in Pet su ogni tavola, unendo un elegante design ad acque di assoluta qualità nei punti vendita coinvolti dalla distribuzione di Acque Minerali d’Italia.

cod 61603

Acque Minerali d’Italia
via Inverigo 2 - 20151 Milano
Tel 800 412444 - www.acquemineraliditalia.it



Alambicco d'Oro 2019

70 medaglie alla 36a edizione

Sono state 70 le medaglie assegnate a grappe, acquaviti e brandy al Premio Alambicco d'Oro promosso da Anag, Assaggiatori grappa e acquaviti. I 60 assaggiatori Anag hanno assegnato 2 Best Gold, 37 Gold (tra cui ricordiamo quello assegnato a Secolo Riserva Barrique Millesimata di Domenis1898) e 31 Silver. A questi si uniscono i due premi speciali che da alcuni anni arricchiscono il concorso spiritoso: quello riservato alla distilleria con il miglior punteggio complessivo sommando le medaglie ricevute da prodotti propri e da quelli distillati per conto terzi e "Il vestito della grappa", riservato alla bottiglia giudicata più bella.

Il premio alla distilleria con il miglior punteggio complessivo è andato alla Distilleria Sibona, che ha ricevuto 3 medaglie Gold e 3 medaglie Silver. "Il vestito della grappa" è andato, invece, a Targa Ilva Zita con la grappa di Moscato invecchiata Fior d'arancio.

L'elenco completo dei premiati è pubblicato su **www.italiaatavola.net**. Per vederlo inserisci nel campo di ricerca il codice 61245

Alle grappe Domenis1898 un Best Gold e un oro

● Grande successo per l'azienda friulana al Premio Alambicco d'Oro, dove ha ricevuto un "Best Gold" con la Special Edition Picolit e una medaglia d'oro con la Secolo Riserva Barrique Millesimata. Custode di un'antica sapienza artigianale nella produzione di distillati d'eccellenza, Domenis1898 è il simbolo di un'autentica tradizione familiare italiana. Fondata nel 1898 da Pietro Domenis a Cividale del Friuli (Ud), Domenis1898 ha sviluppato oltre 120 anni di sapienza e maestria trasmessa nella qualità indiscutibile dei suoi prodotti.

Tradizione e innovazione si fondono per soddisfare i palati più esigenti e nascono le eccellenze delle grappe italiane: prodotti quali Storica, Secolo, Domenis1898 Gold Edition, Special Edition Picolit, Futura. Inoltre, da poco tempo Storica e Secolo sono disponibili in versione Barrique Millesimata. Per il 120° anniversario dell'azienda è stata presentata La120, premiata con il Gold Award The WineHunter 2018. A fianco delle migliori grappe, Domenis1898 porta sul mercato anche alcuni gin, tra cui Cividât, il gin a 42° che esprime al meglio le particolarità del territorio, e liquori quali Storica Amaro, Storica Verde e Storica Sambuca, tutte eccellenze riconosciute.

Dall'Azienda nascono poi Lady Domenis, la linea dedicata alle donne, e Vegan, la linea di prodotti vegani e biologici certificati da Vegan Society e da Ccpb. cod 61645



Secolo Riserva Barrique Millesimata

MEDAGLIA D'ORO

Materia prima: vinacce fresche e selezionate
Distillazione: impianto in rame ad otto alambicchi
Grado alcolico: 60% vol.
Invecchiamento: 18 mesi in barrique di rovere francesi e 8 mesi di affinamento in serbatoi di acciaio inox
Valutazione olfattiva: al naso appare molto ricca e aromatica
Valutazione gustativa: maestosa, con gli innumerevoli aromi della grappa che si combinano elegantemente con le essenze del legno. La persistenza è molto prolungata ed estremamente piacevole
Valutazione visiva: limpida, color ambrato intenso



Domenis1898
via Darnazzacco 30 - 33043 Cividale del Friuli (Ud) - Tel 0432 731023
www.domenis1898.com



La vacanza del celiaco
I consigli per viaggiare sicuri

La vacanza del celiaco comporta il prendersi qualche precauzione in più in fase di programmazione del viaggio. Informarsi prima di partire è il consiglio degli esperti.

«In Lombardia sono oltre 40 le strutture alberghiere a misura di celiaco - spiega **Isidoro Piarulli**, presidente dell'Associazione italiana celiaci Lombardia - alle quali si aggiungono 20 punti di alimentazione in viaggio per una sosta senza glutine. Anche a Linate, Malpensa e Orio al Serio, è possibile fare uno spuntino gluten free. Completano il tutto 41 gelaterie e circa 300 tra ristoranti e pizzerie. Si può quindi dire che la nostra Regione sia pronta ad accogliere nel migliore dei modi i turisti celiaci».

Se, invece, si opta per un locale non informato da Aic è importante segnalare sempre al personale che si è celiaci, ribadire quali ingredienti è necessario evitare e ricordare sinteticamente le regole per la preparazione dei piatti senza glutine. E per chi sceglie l'estero? Con il supporto di smartphone e applicazioni che aiutano nella traduzione e nella ricerca dei locali gluten free, qualche astuzia e una giusta pianificazione non sarà difficile trovare cibo senza glutine nemmeno fuori dall'Italia.

«Occorre ricordare che il claim "senza glutine" in tutta Europa e negli Stati Uniti si può utilizzare solo per prodotti confezionati con un contenuto di glutine inferiore ai 20ppm come in Italia - precisa **Lavinia Cappella**, dietista di Aic Lombardia - anche la Spiga Barrata è concessa in tutta Europa alle medesime condizioni italiane. Per mangiare fuori casa, invece, è importante sapere che le associazioni di altri Stati europei hanno attivato progetti simili ad Afc con locali informati su celiachia e cucina senza glutine».

Ecco i 5 consigli di Aic Lombardia per viaggiare sicuri:

1. Richiedere il giustificativo del medico per portare in aereo cibi senza glutine.
2. Ricordare di prenotare il pasto gluten free con il biglietto aereo
3. Portare in borsa o nello zaino una piccola scorta di snack e altri prodotti senza glutine..
4. Prediligere i cibi freschi a quelli processati per non rischiare che siano contaminati.
5. Chiedere consiglio ad Aic prima di partire. cod 61734

Tornare in forma dopo le ferie Camminate e dieta aiutano

Il rientro dalle vacanze estive è un momento complicato per molti italiani sia dal punto di vista psicologico che fisico. L'attività fisica e un'attenzione a quello che si mangia sono due ottimi consigli per ripartire. Tornare in forma dopo le ferie è sempre un'impresa ma camminate e dieta aiutano. Il 37% degli italiani dichiara di tenersi in forma passeggiando. Una regolare attività fisica, anche se blanda, combinata a una dieta bilanciata, permette di prepararsi al meglio per il rientro dalla pausa estiva.

Si stima che circa 20 milioni di italiani pratichino regolarmente attività fisica: in cima agli sport praticati dai nostri connazionali troviamo la camminata (37%) seguita dal nuoto (32%) e dalla corsa (27%). Il 22% cita anche la ginnastica in casa, mentre il 21% le passeggiate in bici (dati Nielsen Sports SponsorLink 2018).

Di ritorno dalle ferie, è bello fare buoni propositi e riprendere le sane abitudini, anche perché il ritorno al lavoro e sui banchi di scuola richiede tanta energia positiva. Benissimo dunque le lunghe camminate, che rimettono in moto la circolazione e tonificano i muscoli, accompagnando l'esercizio fisico con una dieta leggera e salutare, che possa dare al nostro organismo tutti i nutrimenti necessari per affrontare il cambio di stagione e l'inizio dell'autunno.

cod 61752







Cucina toscana... alla brace
Il tocco di Ortolani a L'Andana

Autentici sapori toscani proposti con l'uso della brace e rivisitati dal talento di Marco Ortolani: si racconta così la Trattoria Enrico Bartolini all'interno de L'Andana. Siamo a Castiglione della Pescaia in provincia di Grosseto. 30 ettari di vigneto circondano L'Andana - Tenuta la Badiola, oasi di pace che porta la firma - e con essa la garanzia - di Terra Moretti. Chi passa di qui trova un ambiente in cui lusso ed eleganza si conciliano, grazie anche alla gestione capace del direttore Vito Spalluto (già general manager al Verdura e a Borgo Egnazia). Qui nulla manca, dalla spa al campo da golf, dalle piscine al tennis, dai cavalli ai vigneti fino a una romantica chiesetta privata. Ma chi passa di qui lo fa forse soprattutto per godere delle eccellenze a tavola firmate Trattoria Enrico Bartolini.

Non è sempre stato così, prima la gestione del ristorante gourmet della struttura era affidata ad Alain Ducasse - questo il suo unico ristorante in Italia, fino all'aprile del 2016, anno del passaggio di testimone a favore dello chef italiano più stellato, originario di Pescia (Pt), toscano doc. Un cambiamento che ha un senso: «La cucina che si cerca qui - ha detto Marco Ortolani, chef resident della Trattoria Enrico Bartolini e socio Euro-Toques - è una cucina prettamente toscana. Non che Alain Ducasse prima non la proponesse, diciamo solo che ciò di cui i clienti locali potevano lamentarsi era l'in-



congruenza tra l'offerta gastronomica interpretata da uno chef francese al 100%. Chi meglio allora poteva raccogliere l'eredità di un nome così importante se non Enrico Bartolini?».

È così Marco Ortolani a portare avanti la cucina oggi stella Michelin della Trattoria, giustamente a braccetto con l'executive pluristellato: «Il rapporto che ho con Enrico è bellissimo, condividiamo praticamente tutto quello che succede qui. Vale a dire qualcosa di molto simile a ciò che si verifica nei suoi altri ristoranti: esaltazione di un'identità basata prima di tutto sul territorio in cui si opera».

Una cucina del territorio rivisitata seguendo il tema "brace": «Ogni portata, ha un passaggio obbligato o nel forno a legna o nella brace, si tratta quindi di cotture naturali» di materie prime sempre fresche, anche facilmente reperibili trovandosi in un territorio dove non mancano né pesci, né carne, né selvaggina, né tantomeno frutta e verdura, grazie agli «orti che abbiamo all'interno della tenuta».

Questo passaggio in brace è un tratto distintivo della cucina di Marco Ortolani, una grande cucina, come ha anche dimostrato in occasione della cena di gala durante l'assemblea nazionale Euro-Toques ad Artimino, affidata agli chef under 35 dell'associazione. «È un mio "tocco", caratterizza la mia cucina, dà un apporto significativo ad ogni portata e in maniera sempre diversa. Non si tratta di un banale passaggio sulla griglia». Un esempio di applicazione originale di questo metodo lo si riscontra ad esempio nei Tordelli ripieni di capocollo: «La magia nasce durante la notte, quando il forno a legna viene spento e mettiamo a brasare la carne; la mattina quando entriamo in cucina assistiamo al risultato di una trasformazione meravigliosa».

Protagonisti accanto alla carne sono i condimenti che l'accompagnano, vale a dire salse, fondi bruni, ma soprattutto jus, che «a differenza dei fondi bruni, preparati con le ossa dell'animale, vengono realizzati con le parature della carne». Non si tratta solo di condimenti però, ma di parti fondamentali del piatto, che quindi «contraddistinguono parecchio la mia cucina». Basta considerare che Ortolani realizza anche piatti complessi con un minimo di due-tre salse.

Una cucina particolare, identitaria, ma al tempo stesso figlia del territorio dove ogni giorno si reinventa. Una cucina che ha conquistato la clientela, dai locali agli italiani fino agli ospiti dall'estero. «L'Andana è un luogo prettamente stagionale, apriamo a marzo e chiudiamo a novembre, e a seconda del periodo abbiamo diverse tipologie di clientela. Da Pasqua a giugno ad esempio lavoriamo bene con clienti da Roma, da Milano, da Firenze o chi in queste zone ha una seconda casa; ci vengono spesso a trovare, perché ormai siamo diventati un punto di riferimento importante per il territorio». Poi si passa alla clientela del resort, «quindi francesi, inglesi e parecchi americani. Abbiamo un particolare appeal anche sulla clientela russa, con la quale si organizzano eventi in precisi periodi della stagione».

Trattoria Enrico Bartolini, insomma, ha tenuto alto l'ambito cucina nella vasta offerta di un relais che può comunque vantare un nome come quello della famiglia Moretti dietro, indubbiamente garanzia per chi ancora non conoscesse di persona questa realtà. «La famiglia Moretti ci ospita in questa meravigliosa tenuta, il loro nome e la loro storia è un valore aggiunto sia per tradizione che come garanzia». cod 61327

L'Andana Tenuta La Badiola
loc. Badiola - 58043 Castiglione della Pescaia (Gr) - Tel 0564 944800
www.andana.it





Constance Hotels & Resorts
Un oceano di benessere

Constance Hotels & Resorts invita i propri ospiti a prendersi cura di sé con "Wellness Wednesday", il nuovo My Constance Moment dedicato al benessere. Il mercoledì è il giorno della settimana che prevede una serie di esperienze volte a ringiovanire, riconnettersi con sé stessi e la natura, rilassarsi. Inspira ed espira. Senti i tuoi muscoli che si distendono: il "Wellness Wednesday" è l'appuntamento con la mindfulness di tutti gli hotel e i resort firmati Constance, per abbandonare lo stress. Ogni mercoledì gli ospiti possono provare un programma, specifico per ogni hotel e personalizzato sulla base delle diverse esigenze, dove lusso e piacere incontrano la consapevolezza. È tutto incluso: spiaggia bianca, semi di chia, yoga e un rinfrescante mocktail (cocktail non alcolico).

Il Constance Prince Maurice, 5 stelle lusso sulla costa est di Mauritius, propone un programma che prevede in primis una sveglia con un drink ayurvedico e l'incontro con l'insegnante di yoga per il "surya namaskar" (il saluto del sole in sanscrito) e per la sessione di yoga all'aperto. La colazione, preparata dagli abili chef dell'hotel, non fa percepire l'assenza di caffè e zuccheri. La mattinata termina con un po' di meditazione in piscina con la musica subacquea. Dopo aver pranzato, un giro in bici è l'ideale per scoprire l'isola.

La fermata successiva? La palestra! Il personal coach dell'hotel aiuta gli ospiti ad ottenere e mantenere un corpo da spiaggia. Il premio per i migliori è un'energetica spremuta d'arancia. Il mercoledì del benessere si chiude con un massaggio energizzante total body di un'ora, prima di andare ad ammirare il tramonto al Floating Bar, sorseggiando un rinfrescante drink. La cena è servita all'Asian Restaurant, dove le papille gustative vengono appagate e non esistono sensi di colpa.



In occasione della Giornata mondiale del benessere, l'8 giugno, gli ospiti dei diversi resort hanno potuto sperimentare una serie di programmi creati da Chase Webber, corporate spa manager del Gruppo. Per esempio, al Constance Halaveli alle Maldive, chi cercava un relax totale ha iniziato la giornata con una sessione di yoga al sorgere del sole, beneficiato di un massaggio detox rivitalizzante e meditato in riva al mare, sotto le stelle.

Per una full immersion nella natura spettacolare delle Seychelles, gli ospiti del Constance Lemuria sono stati invitati a partecipare ad un'originale maratona wellness, mentre il Constance Ephelia ha organizzato un salutare trekking alle cascate mozzafiato raggiungili in poco tempo dal resort.

Grande attenzione anche alla sostenibilità al Constance Moofushi alle Maldive e al Constance Belle Mare Plage di Mauritius: pulire il reef, piantare nuovi alberi e raccogliere la plastica sono solo alcune delle attività a tema eco. Al Constance Prince Maurice non è mancato il divertimento con le lezioni di zumba! Il benessere, si sa, passa anche dalla cucina. Il gruppo Constance Hotels & Resorts ha scelto di declinare la propria filosofia - True by Nature - anche sulla gastronomia, creando dei particolari menu healthy, dedicati a chi ricerca il benessere in tutte le sue sfaccettature. Gli chef del gruppo hanno lavorato all'elaborazione di questi menu in collaborazione con la famosa nutrizionista Rosanna Davison. Gli ospiti hanno così l'opportunità di gustare deliziosi e salutari piatti, senza perdere il tocco esotico dell'oceano Indiano. Menu salutari, certo, ma senza dimenticare che nutrirsi significa soprattutto soddisfare il palato e gli occhi. Non mancano inoltre le proposte healthy anche nei drink: i bartender hanno infatti creato diversi mocktail, rinfrescanti e dalle tante proprietà. I piatti proposti hanno un basso tasso di calorie, un effetto energizzante, migliorano il sonno, sono ricchi di antiossidanti e naturalmente favoriscono il buonumore.

Preparati a disconnetterti dal computer e ricollegati al tuo io interiore. Namasté. cod 61628

Per informazioni:

www.constancehotels.com



Da Marzetti al Mirabelle

Cucina con passione... e con vista



Stefano Marzetti

di *Alberto Lupini*

Una terrazza gourmet che da Villa Medici a Trinità dei Monti si affaccia su tutta Roma. Questo il regno del bravo chef, da 8 anni al ristorante dell'Hotel Splendide Royal della capitale. **Stefano Marzetti** al Mirabelle di Roma ormai ci sta da quasi un decennio, creando un gran numero di clienti fidelizzati e un'idea di cucina apprezzata e costruita su basi solide e personali.

«Prima di tutto, noi - ha detto Marzetti, riferendosi a tutta la sua brigata di cucina - ci mettiamo passione. Vogliamo regalare emozioni da questa splendida terrazza al settimo piano. Alla passione ci aggiungiamo ricerca e costanza».

Tutto questo confluisce in una cucina che si presenta in tutta la sua autenticità al cliente, ma che parte sempre dalla tradizione. In particolar modo, per lo chef, dalla tradizione di famiglia. Per Stefano è altrettanto importante scegliere le materie prime delle sue ricette attraverso un costante confronto con fornitori e piccoli produttori.

Al Mirabelle, dunque, si presta attenzione ad ogni passaggio, in ogni momento. Perché per Marzetti tutto gira attorno al tempo: dalla costruzione di un piatto alla concretizzazione di un senso di convivialità, fino all'appagamento delle richieste del cliente. A completare il tocco personale della cucina ci sono una sala preparata e un servizio impeccabile. Accanto al maitre e food&beverage manager Luca Costanzi c'è Gianmarco Panico, secondo maitre di sala. I clienti che scelgono la terrazza di Marzetti, non sono affatto solo clienti dell'hotel: «Il ristorante lavora moltissimo con il pubblico da fuori, non siamo il ristorante d'albergo dove si accomodano solo gli ospiti della struttura. I clienti romani ci amano, sanno che siamo una realtà importante, ci scelgono e questa scelta rappresenta per noi una grande gioia».

Che siano romani, italiani o stranieri, cittadini o turisti, lo chef dedica loro una cucina prima di tutto «emozionante, perché io amo questo lavoro e attraverso questo cerco di trasmettere quello che ho dentro». Niente di più efficace di un termine quale è "viscerale" per descrivere l'operato di Marzetti.

cod 61439

Ristorante Mirabelle
via di Porta Pinciana 14 - 00187 Roma
Tel 06 42168838
www.mirabelle.it





Franco Pierini, Andrea Pasqualucci e Gastone Pierini

La cucina "giovane" del Moma
Etica e primo bistrot stellato

di *Alberto Lupini*

Un ristorante nel cuore di Roma, forte delle sue due anime: quella bistrot, veloce e gustosa, e quella gourmand che da sei mesi ha conquistato l'ambita stella Michelin. Anche dopo la conquista della stella (la prima assegnata in Italia ad un locale di questo tipo), la formula al Moma è rimasta «sempre la stessa: sono tantissimi anni che ormai proponiamo questa duplice offerta, scelta che oggi ci ha premiato». Così si pronuncia **Gastone Pierini**, ideatore e patron del Ristorante Moma di Roma insieme al fratello Franco, entrambi da sempre nel mondo della ristorazione.

Frutto forse della loro esperienza, forse del desiderio di conciliare la saggezza che deriva dall'età con l'entusiasmo dei più giovani, all'interno del Moma sono due diverse le generazioni che convivono: quella dei fratelli Pierini e quella degli altri membri dello staff in cucina, tutti giovani, capeggiati da **Andrea Pasqualucci**, classe 1989, cuoco del ristorante gourmet. «La nostra identità - ha spiegato Gastone Pierini - si è sempre incentrata su un buon rapporto con i produttori ed una sana apertura al mondo dei giovani».

Due generazioni dunque, ma una sola cucina, «che usa solamente prodotti di filiera certa, del territorio... Una cucina molto etica». Al ristorante infatti le materie prime sono selezionate direttamente da piccoli allevatori, coltivatori e pescatori del territorio italiano, in base alla stagionalità. L'obiettivo è che ogni piatto valorizzi gli ingredienti, lavorandoti il meno possibile.

Questa filosofia in cucina, unita giustamente all'esperienza dei patron e alla creatività di chef e brigata (non dimentichiamoci del servizio in sala!), hanno portato alla conquista della stella. E ovviamente «l'attenzione è aumentata molto, siamo sotto riflettori diversi rispetto a prima. Per noi questo è motivante».

Soddisfazione certo, motivazione per migliorarsi indubbiamente, ma non una buona ragione per cambiare ciò che li identifica: «Noi continuiamo a fare la nostra parte, il nostro lavoro. La stella è per noi una conferma e un punto di partenza, non di arrivo, è uno stimolo per fare meglio». cod 61502

Ristorante Moma
via di S. Basilio 42 - 00187 Roma
Tel 06 42011798
www.ristorantemoma.it

Osteria del Tasso

Apre a Bolgheri il ristorante di Marchesi Antinori

Il locale rappresenta la nuova offerta enogastronomica della Tenuta Guado al Tasso della famiglia Antinori. Eleganza e storia garantiscono un'atmosfera affascinante. Un luogo magico, a cui la famiglia Antinori è particolarmente legata, che vuole raccontare questa terra austera e affascinante attraverso i piatti del territorio.

Appesi alle pareti dell'osteria, i quadri del pittore Bonafedi riproducono scene di vita maremmana dei primi del Novecento. All'esterno la vegetazione caratteristica della zona crea un ambiente unico immerso nei vigneti di tenuta Guado al Tasso; nella stagione estiva è infatti possibile sedersi ai tavoli più suggestivi dell'osteria, quelli affacciati sui vigneti, con vista sul Castello di Castiglioncello. Una cucina in cui i sapori, i profumi e i colori del mare incontrano in armonia quelli dell'entroterra.

La carta dei vini propone i vini della Tenuta Guado al Tasso e un'ampia selezione delle etichette Marchesi Antinori, ma non solo: la carta nasce con l'intento di rappresentare le molteplici sfumature della Doc Bolgheri tramite l'interpretazione dei diversi produttori presenti sul territorio. Ogni azienda associata al Consorzio è stata invitata a scegliere un proprio vino rappresentativo del territorio per la carta del ristorante. Il risultato è un omaggio a questa terra, attraverso le massime espressioni di un terroir unico.

Adiacente all'Osteria è presente la "Bottega" in cui è possibile degustare tutti i vini di Guado al Tasso - incluse le vecchie annate e i grandi formati oltre ai salumi di cinta senese. I maialini di cinta sono allevati allo stato semibrado nella Macchia del Bruciato, bosco situato proprio all'interno della tenuta, continuando così la tradizione dei produttori della zona, che da sempre offrono la vendita diretta al pubblico dei prodotti di fattoria. Attraverso la bottega è inoltre possibile prenotare visite personalizzate ai vigneti di Tenuta Guado al Tasso.

La Tenuta Guado al Tasso si trova nella piccola e prestigiosa Doc di Bolgheri, sulla costa dell'Alta Maremma, a un centinaio di chilometri a sud-ovest di Firenze. La denominazione di Bolgheri Doc nasce nel 1994 ed ha raggiunto fama internazionale come punto di riferimento nel panorama enologico mondiale, con vini profumati, complessi ed eleganti e capaci di raccontare il territorio d'origine ed esaltare la gastronomia locale.

Guado al Tasso è anche il nome del vino più rappresentativo della Tenuta, nato per rappresentare la massima espressione dell'eleganza e della complessità del terroir bolgherese. Guado al Tasso è un vino straordinario, dal carattere forte e speciale, prodotto da uve Cabernet Sauvignon, Merlot, Cabernet Franc e a volte una piccola quota di Petit Verdot. cod 61668

Osteria del Tasso
Strada Provinciale Bolgherese
57022 Castagneto Carducci (Li)
www.antinori.it





MILANO EAT&DRINK



PIDAZA, CREATIVITÀ E SAPORI DI ROMAGNA

di *Gabriele Ancona*

Pidaza-Pizza Romagnola è stato inaugurato a fine maggio in una stradina pedonale dietro le Colonne di San Lorenzo, in pieno centro storico. Pidaza, in dialetto romagnolo "piadaccia", è un format di franchising, un'idea che nasce dalla passione di Marco Maestri e della sua famiglia per la piadina. L'ambiente è semplice e conviviale: 90 metri quadri (con dehors) dove è presente anche un corner shop in cui si possono acquistare prodotti alimentari, vini e birre del territorio e produzioni artigianali per la casa in tessuto e ceramica.

Una formula che punta su creatività, genuinità e sapori di Romagna. Una ricetta che esalta le caratteristiche e le qualità organolettiche delle materie prime. La carta propone, anche per asporto, 15 pidaze, più 6 in versione dolce e altrettanti rotoli. Da segnalare la Bellaria, a base di squacquerone, melanzane grigliate, prosciutto crudo di Parma, e la Cesena, farcita con mozzarella, fiori di zucca, mozzarella di bufala, filetti di acciughe. Il Rotolo Cesenatico prevede squacquerone, rucola, alici marinate e cipolla di Tropea. Come dessert o spuntino lungo ogni fascia oraria, il laboratorio di Pidaza sforna ricette stuzzicanti come la Crema noisette, amaretti sbriciolati, caffè, o la Ricotta fresca, zucchero a velo, marmellata ai frutti di bosco. cod 61038

Pidaza-Pizza Romagnola
via Pioppette 3 - 20123 Milano
Tel 02 49711248
www.pidaza-pizzaromagnola.com

PALERMO EAT&DRINK



FUD BOCS, LA PANINERIA D'AUTORE PER LE SERATE D'ESTATE AL MARE

Dopo il successo della scorsa estate riapre, sempre sul mare cittadino della Cala, Fud Bocs, l'ultimo locale creato da Andrea Graziano dopo Fud Bottega Sicula di Catania, Palermo e Milano. I nomi sono scritti in inglese ma così come si pronunciano: food diventa "fud", chicken "cicchen", wi-fi "uai fai" e così via. Fud Bocs è all'aperto sulla spiaggia del Nautoscopio, una struttura tipo furgone dove c'è la cucina, tanti ombrelloni, tavoli e panche, divani essenziali. Il cliente sceglie le portate, si va a sedere nel Nautoscopio e quando arriva il suo turno un cercapersone lo avvisa che il suo "bocs" (box) è pronto.



di *Gianni Paternò*

Poiché siamo al mare la proposta è incentrata sui prodotti ittici: calamari, gamberi e pesciolini fritti, fisc en cips, tonno, acciughe, salmone, in snec e panini. Inoltre vista la grande richiesta ci sono i burgher di maggior successo: manzo, pollo, asino, oddog, non mancano panini veg, per una scelta capace di soddisfare con gusto tutte le esigenze.

Quest'anno una novità che riscuoterà grande successo sono le "pinz", lievitati tra la pizza e la focaccia, croccantissime e sottili, ottenute con farina di riso, soia e 00 su cui a crudo sono posti i vari ingredienti. Snec, burgher, panini, pinz, fraid fisc, tante bontà in porzioni "large saiz" da assaporare anche ascoltando la musica dal vivo fino a tarda ora.

Apre alle 18 ogni giorno fino ad ottobre. Come in tutti i Fud non si accettano prenotazioni, "ferst cam, ferst servd". cod 61785

Fud Bocs Nautoscopio
Piazza Capitaneria di Porto - 90133 Palermo
Tel 091 6112184 - www.fud.it


CHS®
GROUP
Ispirazioni
e soluzioni
chsgroup.it

ROMA EAT&DRINK

Nuova stagione all'Acquolina

Fantasia e rigore nelle proposte di Lippi



Daniele Lippi



di Mariella Morosi

Un delizioso carciofo che è un topinambur, una costina di maiale che ospita un trancio di anguilla, una capasanta che presta la sua conchiglia al midollo di vitello in un bizzarro scambio di ruoli. È una cucina giocosa ed esuberante quella di **Daniele Lippi**, classe 1990, che con fantasia e padronanza di tecnica e materia sa trasformare l'irreale in straordinarie esperienze di gusto. Con lui Acquolina, ristorante gourmet dell'hotel The First Roma Arte, dal 2009 stella Michelin, è tornato attivo dopo la chiusura dovuta allo choc per la tragica perdita del suo chef titolare, Alessandro Narducci.

«Difficile pensare ad altri - ha detto **Andrea La Caita**, general manager e partner del ristorante di via del Vantaggio - ma dopo vari mesi di casting si è tornati al punto di partenza e la scelta è caduta su Daniele, peraltro legato allo chef scomparso da profonda amicizia».

La brigata in cucina è confermata - con una new entry, il pastry chef Pier Simone Guarino - così come la sala, con Benito Cascone, restaurant manager, ed Emanuele Pica, head sommelier. Il nuovo titolare della cucina ha accolto gli ospiti presentandosi con semplicità, soprattutto attraverso i suoi piatti.

Al timone di Acquolina, Lippi rivendica il desiderio di sperimentare e di innovare, di sorprendere e divertire, di padroneggiare la tecnica ma di lasciarsi guidare dalla fantasia. Il menu del suo "primo giorno" è stato un'estensione di tutto questo. A cominciare dai tanti mini capolavori adagiati su sassi o frutti, come la 'Nduja di seppia, la falsa caramella "morositas", il Sandwich di mela verde, ricciola e curry, il Beef-Root, il Sedano rapa, gambero rosso e avocado. Ma poi tutta l'attenzione è andata al "Topinambur come un carciofo", signature dish dello chef. Il tubero viene affettato a lamelle e cotto sottovuoto. Al contatto con l'olio bollente, versato sopra come si fa con il carciofo alla giudia, i "petali" si aprono a rosa. Si glassa poi con un fondo ottenuto con la caramellizzazione delle bucce del topinambur, concentrando gli zuccheri e le pectine che conferiscono al piatto la nota amara e di liquirizia. Sorpresa e gusto anche negli altri piatti serviti: "La capasanta è il midollo", Hoink Hoink, Nostalgia e Pollo al Curry. In abbinamento al menu, magnum di Viognier Omina Romana 2013 e Barolo Ceretto 2014. Grande attenzione per il pesce, in carta, ma spazio anche a piatti di carne e vegetariani.

Un percorso di degustazione, "Bosco e Riviera", sarà l'omaggio ad Alessandro Narducci. Presenti al pranzo dell'inaugurazione i genitori, che hanno annunciato un'iniziativa benefica: a nome dello chef scomparso sono stati inaugurati i laboratori di cucina per i piccoli pazienti del reparto di Oncologia pediatrica del Policlinico Agostino Gemelli, grazie alle donazioni di familiari e amici. cod 61494



Acquolina Ristorante
via del Vantaggio 14 - 00186 Roma
Tel 06 3201590
www.acquolinaristorante.it

FUORICASELLO, GUIDA GOLOSA PER CHI VIAGGIA IN AUTOSTRADA

di *Roberto Vitali*

Ci sono 828 indirizzi di locali e trattorie a pochi minuti dai principali caselli autostradali d'Italia. Ma come trovarli? Ecco la Guida Fuoricasello 2019, giunta alla 13ª edizione, ideale da tenere in auto perché pronta a suggerire i migliori locali e ristoranti dove sostare durante un lungo viaggio. Nasce da un'idea dei fratelli Longo (Paola, Giovanni e Osvaldo) nel 2005. La nuova edizione è stata aggiornata graficamente ed è cresciuta anche in numero di ristoranti.

Ogni ristorante o trattoria, ovviamente, deve rispettare dei parametri ben precisi: essere comodamente raggiungibile dal casello in pochi km e in pochi minuti, garantire una buona cucina a un giusto prezzo, offrire servizi anche per i più piccoli e fare in modo che la sosta sia un momento di piacere da condividere.

Ogni regione ha in apertura un elenco con le uscite autostradali, il chilometro di riferimento e il nome del locale in quella zona. Alle singole pagine si trovano l'indirizzo del ristorante e una scheda descrittiva. In calce, i minuti e i chilometri da percorrere dall'uscita del casello, oltre a un'indicazione di media sui prezzi. Sulla colonna di destra servizi e altre informazioni utili. cod 61480

Per informazioni: www.fuoricasello.it



CREATIVITÀ E SPERIMENTAZIONE ANTONINO ESPOSITO TRA PIZZE E PESCE



NAPOLI EAT&DRINK

A Marina Piccola di Sorrento la "casa sempre aperta" Acqu'e Sale del cuoco-pizzaiolo che guarda il mare e fa della semplicità la sua filosofia principale. Si abbia cura di evitare di voler giungere in questo luogo "anfibio", là dove le onde provocate dalle imbarcazioni lambiscono il confortevole terrazzo del locale, con mezzi propri. Va bene la Circumvesuviana e va benissimo, è la soluzione ideale, arrivare con l'aliscafo da Napoli.

Siamo nel grazioso locale sorrentino di Antonino Esposito, "Acqu'e sale": l'acqua a rappresentare l'energia naturale, la purezza, ed il sale ad intendere il tocco che arreca sapore agli alimenti. Acqua, farina, lievito e sale; così si mette capo alla base delle pizze. Antonino Esposito è ricercatore che conduce studi sulle farine e sui susseguenti impasti. E ne sortisce, tra le altre sue creature, la celebre "Frusta sorrentina", formato originale di pizza coperto da brevetto internazionale. La forma a frusta esalta gli ingredienti che la compongono: Colatura di alici di Cetara Dop, Limoni di Sorrento Igp, perline di mozzarella, stracciatella di burrata e noci di Sorrento.



di Vincenzo D'Antonio

Caratteristica fondamentale è il suo essere Aao: Almost always open, dalle prime ore del mattino fino alla tarda sera. Una "casa sempre aperta", come la definisce Antonino Esposito, dove creatività, innovazione e sperimentazione caratterizzano ogni proposta del menu. Ad Acqu'e Sale la componente cucina si connota per ghiotte proposte di pescato nel golfo e per paste fatte in casa. Ampia la carta dei vini con una spiccata attenzione verso le etichette campane. Calibrata anche la proposta di birre artigianali. Deliziosi, squisiti, i dolci: rielaborazioni della grande tradizione sorrentina. cod 61503

Acqu'e Sale
piazza Marinai d'Italia, 2 - 80067
Sorrento (Na) - Tel 081 19005967
www.acquaesale.it



TRATTAMENTI RIGENERANTI AL LAGUNA PALACE HOTEL DI GRADO



di Lucia Siliprandi

A Grado (Go), nell'Alto Adriatico, a pochi passi dal mare, sorge il Laguna Palace Hotel. La moderna struttura 4 stelle, con le sue family room e i menu bimbi, è studiata anche per il soggiorno dei più piccini e per ospitare gli amici a quattro zampe. Le camere sono spaziose e la luce entra copiosa dalle ampie vetrate. Elegante l'arredo con oggetti di design contemporaneo e, per le esclusive Fashion Suite Kenzo e Fendi, Italian style curato nei minimi dettagli.

Alla Laguna spa, situata al sesto piano dell'albergo con vista mozzafiato sul mare blu e sulla lussureggiante vegetazione, il corpo e la mente si rigenerano. Un passaggio nella sauna tradizionale finlandese, una doccia con "nebbia fredda" e "pioggia tropicale" con cromo e aromaterapia, una nuotata (anche controcorrente) nella piscina coperta panoramica, dotata d' idromassaggio e cascata cervicale, sono alcune delle piacevolezze offerte.

Scrub e massaggio nell'Emotional spa dove si può scegliere il mix preferito: agli agrumi dall'intenso profumo per una sferzata di energia, alla vaniglia e avocado per nutrire la pelle in profondità e per aiutare a prevenire gli inestetismi delle smagliature, al melograno e kiwi per drenare, rassodare e nutrire, al cocco, papaya e mandorla per un effetto rivitalizzante.

Per idratare e tonificare l'ovale del viso suggerito il trattamento Gold Premium. Grazie ai principi attivi contenuti nei cosmetici naturali e al massaggio liftante, la pelle riacquista elasticità e luminosità. Contrasta la perdita di tono e l'invecchiamento cutaneo il rituale per il corpo al mosto d'uva: scrub, fango drenante e poi il massaggio.

Per Lui suggerito il trattamento Candle Massage al The Verde, dalla fresca profumazione, che scioglie le tensioni muscolari e tonifica in profondità, oppure Oro, Incenso e Mirra, detossinante e rilassante. Per le coppie Twin Spa e dinner: ingresso alla spa, idromassaggio aromatico, relax su letto massaggiante ad acqua, calice di prosecco e cena.

cod 61750

Laguna Palace Hotel
Riva Brioni 17 - 34073 Grado (Go)
Tel 0431 85612
www.lagunapalacehotel.it

TURISMO E BENESSERE NEL CUORE DI VICHY





di Leonardo Felician

L'Hotel Les Nations è uno degli ultimi alberghi della fine del XIX secolo ancora in attività a Vichy, cittadina della Francia centrale, nota come una delle principali stazioni per la cura delle acque in Europa.

Questo piccolo hotel a tre stelle è il posto giusto per rivivere la grande era dell'imperatore Napoleone III che volle fare di queste sorgenti, già note fin dal tempo dei Galli e dei Romani sulla riva del fiume Allier, un grande centro termale. Eleganza e semplicità negli arredi del ristorante interno all'albergo Les Nations. Turismo, termalismo, congressi e squadre sportive sono gli assi su cui si muove il savoir faire locale, per valorizzare il verde urbano, il patrimonio architettonico ben preservato e l'esperienza di città differente, accogliente, sicura e a dimensione umana, capace di attirare i pensionati delle grandi città. cod 61801

Hôtel restaurant Les Nations
13 Boulevard de Russie - 03200
Vichy (Francia) - Tel +33 470 982163
www.hotel-lesnations.com

IL RISTORANTE MARCONI DA 10 ANNI SULLA "ROSSA"





di Giuseppe De Biasi

Aurora e Massimo Mazzucchelli "festeggiano" la prima decade di stella Michelin del loro locale a pochi chilometri da Bologna, sulle colline, prescisamente a Sasso Marconi.

Una scommessa difficile soprattutto per un locale non in centro a Bologna, dove il turismo in questo decennio ha conosciuto un boom a doppia cifra, e che dall'importante eredità genitoriale ha saputo fare il salto generazionale e dar vita ad un ristorante capace di fare tendenza e ricerca. Aurora in cucina e Massimo in sala hanno chiamato a raccolta amici e clienti per festeggiare i 10 anni da quel 16 novembre del 2008 quando scoprirono di aver conquistato la loro prima stella Michelin.

Dieci anni di passione e costanza in cui, come afferma Aurora, «abbiamo ricercato la bellezza perché è proprio qui che si racchiude il concetto della nostra ristorazione intesa come ambiente, coccola, eleganza, cortesia... L'obiettivo del Ristorante Marconi è quello di far vivere ai nostri commensali un'esperienza di benessere, bellezza e amore». E il fratello Massimo le fa bordone: «È stato un grande stimolo. Un cambiamento in meglio che ci ha portati, da giovani spericolati quali eravamo, a tuffarci in una nuova identità del Ristorante Marconi. La stella Michelin ci ha dato i mezzi per andare oltre e credere nel futuro».

Durante la serata si sono dipanati assaggi dei suoi piatti "iconici" a fianco di proposte provenienti dall'ultimo progetto di casa Mazzucchelli, l'adiacente Forno Mollica.

Una piacevole serata caratterizzata dalla presenza di tanti colleghi, da Alberto Borsarini a Luca Marchini passando per il maestro Gino Fabbri, a dimostrazione della stima e affetto che Aurora e Massimo Mazzucchelli godono nell'ambiente.

Tutti insieme a festeggiare questi primi 10 anni stellati, in attesa degli ulteriori prestigiosi traguardi di Aurora e Massimo... ad maiora! cod 61469

Marconi
Via Porrettana 291 - 40037 Sasso Marconi (Bo) - Tel 051 846216
www.ristorantemarconi.it



CASAGOFFI, FRESCO RISTORO LUNGO LA RIVA DEL PO

di *Piera Genta*

Per tutta l'estate il cortile e la tettoia della storica trattoria Goffi Del Lauro ospitano CasaGoffi, la nuova terrazza affacciata sul lungo Po Michelotti. Un luogo dalle tante anime. Ideale per uno spuntino gourmet veloce, piacevole al pomeriggio per godere della frescura del fiume, social all'ora dell'aperitivo.

Un concept nuovo e divertente, studiato dal trio di giovani imprenditori torinesi Lorenzo Careggio, Alberto Fele e Marco Pandolfi, che si articola in cinque momenti della giornata: si inizia alle 11 spuntinando, poi pranzo, aperitivo con Cicinin (ovvero i cicchetti alla piemontese), cena e cocktail fino alla chiusura. La domenica sera è la volta del Club della Costina, in onore delle celebri costine che lo chef propone nel ristorante all'interno, EraGoffi.

I cocktail sono realizzati in collaborazione con i barman della Drogheria e non mancano le serate di musica con spettacoli dal vivo. cod 61771

CasaGoffi
viale Michelotti 52/c - 10100 Torino
Tel 388 5890099 - www.casagoffi.it

TORINO EAT&DRINK



"OPERA", INGEGNO E CREATIVITÀ PER UNA SINFONIA DEL GUSTO

di *Piera Genta*

Il nuovo ristorante della famiglia Cometto, da anni nel settore della ristorazione cuneese, è aperto da aprile a Torino nei locali dell'ex foresteria della confinante chiesa dei frati di Sant'Antonio da Padova. Locale elegante, accogliente curato in tutti i dettagli, una trentina di posti al piano terra, un tavolo reale in quello inferiore. Ci si sente subito a proprio agio, accolti dal servizio puntuale e discreto del maître Gualtiero Perlo.
La cucina, a vista, è guidata da Stefano Sforza, già executive chef del ristorante Les Petites Madeleines del Turin Palace. Il ristorante offre due percorsi gastronomici: Opera e Vegetariano, che vanno ad aggiungersi alla carta. Una cucina contemporanea che denota una grande padronanza delle tecniche e un talento negli equilibri e negli accostamenti. Per la stagione estiva lo chef ha pensato a un progetto della pietanza, con grande impiego della frutta utilizzata per portare acidità al piatto, come nell'insolito Rognone di coniglio, chutney di mango e brodo di zenzero.
Delizioso il pane realizzato con farina macinata a pietra, servito tiepido, accompagnato da un prezioso olio di oliva extravergine. La carta dei vini, frutto del lavoro del sommelier Massimiliano Fiore, è in divenire ma presenta già qualche chicca. Anche i dolci hanno molto da raccontare. cod 61784

Opera
via Sant'Antonio da Padova 3 - 10121
Torino - Tel 011 19507972
www.operatorino.it

BOLOGNA EAT&DRINK



ERASMO GOOOD ITALIAN PIZZA ELOGIO DELLE TRADIZIONI A BOLOGNA

di *Giuseppe De Biasi*

Parafrasando l'illustre omonimo umanista olandese del Rinascimento, autore del celebrato "Elogio della follia", anche in Erasmo Adamo quella sana dose di gioiosa creatività un po' folle - nel suo caso declinata in acqua, farina, lievito, pomodoro e mozzarella - diremmo proprio che non difetta. Dopo essersi reso protagonista di una piccola rivoluzione cultural-gastronomica in quel di Modena aprendo nel 2013 la prima delle pizzerie d'autore marchiate col suo nome "Erasmo Goood Italian Pizza", da pochi mesi ha portato anche in centro a Bologna (in via Malcontenti) il suo "pizza-style" fatto di impasti preparati con farine biologiche rigorosamente italiane e bio-blend scelti personalmente.
Erasmo associa ricercate farciture con materie prime selezionate e tracciate che attingono alla tradizione campana (con una predilezione per la sua nativa costiera amalfitana) come a quella emiliana. Qualche esempio tratto dall'articolato menu: "Cetara" farcita con pomodoro San Marzano Dop, stracciatella Azienda Stasi, alici di Cetara Azienda Delfino, basilico fresco ed evo bio o "Amalfi Coast" con provola di bufala affumicata Dop, pomodorini gialli da serbo, basilico fresco, emulsione di limone sfusato di Amalfi Igp.
Il locale si presenta arioso ed elegante, con attenzione ai dettagli da ristorante stellato, non certo da classica pizzeria. Quanto alla posizione "Erasmo" si trova alle spalle della turisticamente brulicante via Indipendenza, in una tipica stradina della Bologna medievale. Non sarà di passaggio ma la curiosità stimola la ricerca, no?
Per chiudere meritano una citazione sia la carta dei vini che la selezione delle birre artigianali. cod 61803

Erasmo A Goood Italian Pizza
via Malcontenti, 3/2 C - Bologna
Tel 051 0547091

L'agrimodernità piacere della vita



di Claudio Riolo

Per quanto si parli spesso di industria e turismo, l'Italia è un importante Paese agricolo. La varietà del territorio - pianura, collina, montagna, laghi, fiumi, mare ed isole - garantisce una molteplicità di squisite specialità che variano per tipologia da distretto a distretto. Se visitate un qualsiasi borgo di campagna provate a elencare le specialità locali sui banchi dei negozi. In breve compilerete una piccola enciclopedia di cose buone che non arrivano nei menu dei ristoranti e sui banchi dei supermercati. Sono loro che promuovono le arance del Sud Africa o le fragole portoghesi. Per nostra fortuna esistono professionisti che hanno deciso di affidarsi alla triade: genuino, di stagione, di campo.



Sapori di campagna da Cànova a Senigallia

● La Rotonda a Mare risale al 1933 e d'allora custodisce i sogni di bagnanti e innamorati. All'estremità opposta della piazza, la vineria dispensa gioie per il palato.
Il locale Cànova è condotto da una simpatica coppia, unita nella vita e nel lavoro: **Alice Marini** e **Antonio Di Siena**. Lui aprì il locale d'alimentari a fine anni '90 trasformandolo a poco a poco nell'attuale moderna vineria. Antonio, napoletano, è un cacciatore di bontà e la lunga esperienza gli consente di rispondere a tutte le richieste dei gastronomi che frequentano la raffinata vineria. Alice è marchigiana, esperta di ortofrutta e ittica, assiste il fidanzato Antonio per gli arredi con idee originali. Ha inventato il tagliere dei dolci!
Tra le delizie segnalo i salumi senza conservanti di Tomassoni di Jesi, la salsiccia fresca, il ciauscolo, il salame Fabriano, la coppa, il prosciutto; quindi i pecorini di fossa e di grotta, la mozzarella di bufala campana, la ricotta. Con ortaggi e verdure compongono un mosaico alimentare della ricca campagna dei dintorni. I dolci sono campani e marchigiani. Dal menu bistecca alla brace, grigliata mista, fritto con olive ascolane e mozzarelline, ortaggi gratinati. Vini soprattutto marchigiani con decine di etichette tra i migliori produttori.
Ambasciatore delle Arti: Cànova suggerisce la visita al museo di storia della mezzadria Sergio Anselmi. cod 61810

Cànova
piazzale della Libertà 14 - 60019 Senigallia (An)
Tel 366 535 6365 - www.canovasenigallia.it

I sapori alle Freschette di Palermo ricordano i popoli di mezzo mondo

● In tempi lontani la viuzza ospitava il mercato dei droghieri musulmani (suk-el-attarin), mentre oggi il locale avvolge l'ospite in un'atmosfera di eccezionale valore identitario. Merito delle proprietarie **Francesca Leone** e **Marina Scalesse** che hanno scelto solo arredi artigianali e artistici.
La cucina, semplice e ricca, prende spunto dai popoli che nei millenni hanno dominato a Palermo. Il menu è breve, 15 piatti con quelli del giorno, cambia ogni mese seguendo la stagionalità. Per lo più ortaggi e verdure, un po' di carne e pesce, contorni. Ad esempio la Parmigiana con spuma di ricotta salata e il Carpaccio di barbabietola e avocado. Riso basmati con verdure brasate e Linguine integrali con capperi, pomodorini, olive e cialda di formaggio. Tonno in agrodolce con salsa di menta e Straccetti di seitan con verdure e vin cotto. Anche piatti senza glutine, vegetariani, vegani. Vini siciliani da vitigni autoctoni e splendida serie di birre artigianali. Francesca e Marina hanno iniziato l'attività nei primi anni del nuovo millennio, Francesca in sala e Marina, prima bartender e quindi cuoca. Le proprietarie seguono principi etici anche consolidati dalla buona conoscenza degli agricoltori fornitori; e infine il prezzo è conveniente.
Ambasciatore delle Arti: le Freschette suggerisce la visita la Galleria d'Arte Moderna, Gam. cod 61805



Freschette
via Lattarini 23 - 90133 Palermo
Tel 091 982 0727 - www.freschette.com





Torna la Grande Festa del Vino
12ª edizione, 350 etichette

La manifestazione organizzata da Enoteca Le Cantine dei Dogi si svolgerà a Santa Maria di Sala (Ve) il 7 e l'8 settembre. Protagonisti 90 tra i migliori produttori nazionali e mondiali. La 12ª edizione de La Grande Festa del Vino sarà ospitata da Villa Farsetti, dimora della seconda metà del XVIII secolo. Un viaggio del gusto, calice alla mano, per conoscere le tipicità e le eccellenze dei terroir italiani e mondiali, scoprire vitigni alloctoni, autoctoni, nazionali e internazionali, rari e ricercati, vini convenzionali, naturali, biologici, biodinamici, di montagna (da viticultura eroica), di mare, di collina, di pianura, di vignaioli indipendenti e di piccole realtà emergenti o già affermate. Vini provenienti da ogni regione italiana, da 7 Paesi europei e da 12 di altri continenti, per un totale di oltre 7mila bottiglie e 350 etichette.



Una sorta di grande cantina (aperta dalle 10 alle 20, con produttori e sommelier presso i banchi d'assaggio) dove sarà possibile degustare i grandi vini Aoc Alsace Grand Cru e gli Champagne di Voigny, quelli di Goriška Brda in anfora, i prestigiosi vini della Mosella in Germania oppure spostarsi nella penisola iberica per le bollicine di Cava, la "seduttrice catalana", o il Porto, il vino liquoroso più famoso al mondo.

Presenti poi le bottiglie austriache del Burgenland tra cui i muffati Trockenbeerenauslese e gli speciali vini ungheresi Tokaji Furmint, Aszu e Ice Wine. In degustazione anche vini da Georgia, Perù, Uruguay, Messico, Brasile, Sudafrica, Cile, Stati Uniti d'America, Argentina, Nuova Zelanda, Australia e Israele.

Imponente la rappresentanza italiana con etichette di pregio come il Sassicaia di Tenuta San Guido annata 2015, considerato il miglior vino al mondo 2018 secondo Wine Spectator, il Riviera Ligure di Ponente Pigato Bon in da Bon di Bio Vio (3 bicchieri "vino dell'eccellenza" secondo la Guida Vini d'Italia del Gambero Rosso 2019 e 5 grappoli "vino dell'eccellenza" della Guida Bibenda 2019), il Cirò Rosso Classico Superiore Ripe del Falco Riserva della cantina Ippolito 1845 (5 grappoli "vino dell'eccellenza" Guida Bibenda 2019), Il Pecorello sempre della cantina Ippolito 1845 (3 bicchieri "vino dell'eccellenza" Guida Vini d'Italia del Gambero Rosso 2019), solo per citarne alcuni.

SETTEMBRE
Dal 7
all' 8

La Grande Festa del Vino sarà anche un momento di formazione e approfondimento, ricco di incontri dedicati e masterclass. Intenso anche il fronte gastronomico, con 70 tipicità che verranno servite in degustazione. cod 61768

Per informazioni:
www.lagrandefestadelvino.it

Ardesio DiVino al 15° anno
Golosità in arrivo in valle Seriana

di *Roberto Vitali*

Quindici candeline per Ardesio DiVino (**www.ardesiodivino.it**), la rassegna enogastronomica che si svolgerà ad Ardesio (Bg) durante il primo fine settimana di agosto. Appuntamento per sabato 3 e domenica 4 agosto, con anticipo il venerdì con la Cena DiVina. Le corti, le vie e le piazze del caratteristico centro storico del Comune seriano accoglieranno una settantina di selezionati produttori, vignaioli ed artigiani del gusto, che proporranno in assaggio e in vendita vini e prodotti tipici provenienti da tutta la penisola e anche dall'estero.

Quindici edizioni caratterizzate da una costante e continua attenzione per la qualità dei produttori e degli eventi proposti: la manifestazione permette l'incontro e il dialogo tra offerta e domanda, tra chi con passione e dedizione produce vino ma anche formaggi, salumi, zafferano, caffè, miele, sidro, birra e molto altro.

Tante le novità del 2019: l'arrivo di nuovi viticoltori, tra questi un produttore francese di Champagne, vignaioli dalla Franciacorta e dall'Abruzzo e la riconferma di uno storico produttore dalla Slovenia. I vignaioli presenti alla 15ª edizione Ardesio DiVino provengono da 13 regioni italiane (Lombardia, Piemonte, Veneto, Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Liguria, Emilia Romagna, Toscana, Abruzzo, Umbria, Puglia, Calabria, Sicilia) oltre a Francia e Slovenia. Saranno circa una settantina i produttori tra viticoltori e artigiani del gusto. cod 60696



Fic Gluten Free Pro Training
2ª edizione a Rimini

FoodNova, il network delle nuove esigenze alimentari organizzato da Exmedia, rinnova la proficua collaborazione con la Federazione italiana cuochi. In occasione dell'edizione 2019 di FoodNova che si terrà alla Fiera di Rimini dal 16 al 19 novembre, torna "Fic Gluten Free Pro Training", un momento di formazione ad opera dei cuochi Fic e rivolto a tutti i cuochi, sia chi già conosce i segreti della cucina gluten free e vuole aggiornarsi sulle ultime novità, sia chi vuole avvicinarsi per la prima volta a questo mondo. FoodNova racchiude al suo interno le manifestazioni Gluten Free Expo, Lactose Free Expo, Expo Veg e Ethnic Food Expo. Gluten Free Expo in questi anni ha sempre coinvolto i professionisti del settore Horeca ponendosi come fonte privilegiata di informazione e formazione. Per questo la partnership con Fic è motivo di orgoglio.

NOVEMBRE
Dal 16
al 19



Tutti i soci Fic che presenteranno in cassa la tessera 2019 potranno entrare gratuitamente a FoodNova 2019.

cod 61780

Per informazioni: **www.foodnova.eu**

foto: sportograf.com

Maratona dles Dolomites
A scuola di turismo sportivo

Domenica 7 luglio si è svolta l'edizione numero 33 della Granfondo ciclistica, un numero che la dice lunga sull'esperienza maturata dagli organizzatori, capitanati dal leggendario Michil Costa. Per quelli che, come chi scrive, per la prima volta sono entrati nel cuore di questa manifestazione internazionale la Maratona è stata un colpo di fulmine. Che Alta Badia e Val Gardena siano un emblema dell'accoglienza è un dato di fatto. Le Dolomiti stanno al turismo di montagna come la riviera romagnola sta a quello di mare. Ma la grandezza del turismo dolomitico sta nella capacità della gente che ci vive e ci lavora di creare un ambiente così eccezionale da rimanerne per forza affascinati. È vero che le vette del Gruppo del Sella non esistono da nessun'altra parte. È vero che avere una serie di strade che si inerpicano fino ad oltre 2mila metri in modo continuativo è una condizione rara. Un parco giochi per adulti così straordinario e armonioso da sembrare costruito ad arte e invece è solo merito di Madre Natura. Tuttavia si sa che disporre della materia prima buona è sì un'ottima base di partenza, ma non è tutto. Da queste parti lo sanno e ce ne si accorge subito. In primis, la gentilezza della gente, mai invadente. Poi: la pulizia dell'ambiente, la cura dei prati, l'ordine e i colori sui terrazzi delle case. Terzo: le strade prive di qualunque tipo di buca (e dire che d'inverno il gelo mette a dura prova l'asfalto). Quarto: accettare col sorriso che nel corso di una domenica di luglio, 9.038 ciclisti impediscano di circolare liberamente sulle strade di casa. Perché la Maratona dles Dolomites ha questi numeri ed è capace di riempire in ogni ordine di posto qualunque tipo di struttura ricettiva per due, tre, anche quattro notti. La grandezza della


di Federico Biffignandi

Maratona è quella di offrire la possibilità di godere dei passi dolomitici in totale assenza di traffico. Il fruscio delle ruote, lo schioccare dei cambi, i fischi delle frenate, i fiatoni dei partecipanti si sostituiscono all'odore di frizione delle auto, ai clacson, alle sgommate, al fumo dei tubi di scarico. Meraviglia. Ristoranti, bar, negozi, attività artigianali, tutte godono dell'indotto di questo evento mondiale. La corsa, quasi, passa in secondo piano. Partecipare, significa vincere. I meno allenati si limitano al Sellaronda da 55 km (Campolongo, Pordoi, Sella e Gardena), i più coraggiosi arrivano a 106 km aggiungendo Falzarego, Valparola e Mur del Giat; quelli forti pedalano fino al Giau e arrivano a 138 km di distanza. Lungo il percorso, la gente del posto - volontariamente - serve i "corridori" nei sei punti ristoro con un entusiasmo, una dedizione, un amore per l'accoglienza, innate. Bambini, (quanti bambini!), compresi. E allora la fatica si allevia, il cuore a mille si rilassa e sorride, lo strudel, il panino col prosciutto e formaggio, e altri dolci del posto sono ancora più buoni di quanto già non lo siano. Ma il bello arriva alla fine quando, sul Mur del Giat a La Villa, due ali di folla ti applaudono, ti incitano, fanno suonare i campanacci, ti spingono verso l'arrivo. Più che al mal di gambe del momento, pensi chi glielo faccia fare di applaudire ognuno dei 9.038 dilettanti che si è alzato alle quattro per stare in sella dalle 4 alle 10 ore, in una domenica di luglio. La risposta è nel loro sorriso sincero e nelle loro parole di soddisfazione nel vedere l'ospite contento. Il tema dell'anno era il "Dùman"; sappiamo che "del doman non v'è certezza" ma sappiamo anche che le Dolomiti sono una certezza e che tornarci, in ogni giorno dell'anno per una sciata, una pedalata o solo per guardarsi attorno resta sempre una buona idea.

cod 61796









MPG2019, Provenza capitale enogastronomica di Francia

di *Alberto Lupini*

Si chiama MPG2019, è una mega-celebrazione dell'art de vivre provenzale, che da marzo a dicembre (in particolare durante l'estate) parla di enogastronomia. L'apertura a fine giugno, precisamente dal 28 al 30, weekend nel quale si è tenuto il festival che ha aperto la stagione estiva provenzale nel Dipartimento del Rodano. Protagoniste le città di Marsiglia e di Aix en Provence. Obiettivo fare di questa regione la capitale francese 2019 del cibo e del vino.

Un palinsesto di eventi sia di prestigio che popolari, tra le città e i paesi



delle Bocche del Rodano, per rendere omaggio ai sapori tradizionali, alle ricette e ai prodotti dei produttori e viticoltori della zona. Il 28 giugno «nel vecchio porto di Marsiglia - ha spiegato **Isabelle Bremond**, direttrice di Provence Tourisme - è stato ricreato un mercato coperto con oltre 130 tra produttori e artigiani del territorio». Proprio in questo contesto ha preso vita «il più grande corso di cucina stellato, con oltre mille persone».

Il 28 e 29 giugno a Marsiglia e il 30 ad Aix en Provence si è tenuto «un enorme pic-nic accompagnato da canti lirici in occasione del lancio del festival lirico estivo». Questo festival non è stato altro che l'esemplificazione di «un intero anno di gastronomia ricco di eventi che spaziano da feste popolari a cene insolite in luoghi completamente inaspettati... Eventi tutti diversi tra loro e per tutte le tipologie di pubblico». Alcuni esempi: barbecue, pizza e pic-nic realizzati da cuochi stellati locali.

Per anticipare questa grande festa, una presentazione fatta con un evento in cui ospiti a Marsiglia erano cuochi e produttori calabresi, per sottolineare



il forte legame tra Italia e Francia nel nome della cucina Mediterranea. Un legame che con decisione è sostenuto dalla Camera di Commercio bilaterale italo-francese, che non a caso è fra i principali sponsor della manifestazione.

MPG2019, organizzato dal Dipartimento Bouches-du-Rhone e da Provence Tourism, dà l'occasione per conoscere quello che può definirsi «un territorio incredibile, tra mare e montagna, colline e campagna, un territorio dove per tutto l'anno convivialità e condivisione caratterizzeranno il rapporto fra gli abitanti del nostro territorio e i turisti».

cod 61443

Per informazioni: www.mpg2019.com

Marsiglia, crocevia di turisti
La città non più solo "di passaggio"

di *Alberto Lupini*



Luogo da visitare o base per scoprire territori circostanti: è comunque chiaro che la città portuale è oggi una meta turistica e "porta" della Provenza. Forse non sarà quella più visitata, ma a dispetto degli anni passati Marsiglia sta risalendo veloce le classifiche tra le città più amate d'Oltralpe. **Marion Fabre** dell'Ufficio del Turismo di Marsiglia fa parlare i numeri: «Ha ogni anno circa 5 milioni di turisti e 2 milioni di crocieristi».

Città portuale conosciuta in tutto il mondo, è la seconda per popolazione, capitale mondiale dell'acqua e «nel 2013 è stata [anche] Capitale europea della Cultura», ha raccontato Marion, suggerendo allo stesso tempo ai turisti "per cultura" una visita al MuCem, creato proprio per quell'occasione. Il MuCem - Museo delle civiltà dell'Europa e del Mediterraneo è un museo multidisciplinare che esplora le civiltà del Mediterraneo dalla preistoria ad oggi, un complesso formato da due edifici, lo storico Forte di Saint-Jean e un nuovo volume inaugurato proprio nel 2013 progettato dall'architetto francese Rudy Ricciotti.

Turismo non solo per cultura, ma anche per attività all'aria aperta e sport, che hanno uno spazio privilegiato nell'offerta di Marsiglia. «Un turismo quindi legato alla natura, quello che ad esempio può offrire il Parco nazionale delle Calanques, dove è possibile praticare kayak o organizzare escursioni».



Immancabile l'aspetto enogastronomico. Un aspetto, questo, che nel 2019 in queste zone ha ancora più rilievo: infatti per la Provenza, l'anno corrente è dedicato alla Gastronomia. Tanti eventi ad hoc da marzo a dicembre, ma anche tante «tradizioni gastronomiche, come la bouillabaisse, la zuppa di pesce di Marsiglia» o tanti ospiti celebri, «come lo chef Passédat, 3 stelle Michelin».

Marsiglia, però, non solo meta per i turisti, ma anche base da cui poi spostarsi per visitare luoghi vicini. «Il turismo è cambiato. Prima si "passava" per Marsiglia, senza fermarsi. Adesso il turista si ferma, visita e utilizza la città di Marsiglia come appoggio per spostarsi e visitare in mezza giornata Cassis o Aix en Provence». cod 61473




Nel regno del coco de mer e delle tartarughe marine

Albert Einstein disse: "Ogni cosa che puoi immaginare, la natura l'ha già creata". Le Seychelles ne sono l'esempio concreto, con paesaggi mozzafiato, colori vibranti e una grande varietà di flora e fauna. Il paradiso perduto di Praslin, l'isola del coco de mer, custodisce il raffinato Constance Lemuria, unico hotel alle Seychelles con uno spettacolare campo da golf regolamentare a 18 buche. Quando ci si avvicina alle maestose porte che si schiudono al solenne suono del gong, la vista si apre su uno scenario che lascia senza fiato, dove la natura è protagonista assoluta.

Il restyling del 2016, guidato dal designer Marc Hertricht, ha dato un volto più glamour e contemporaneo all'hotel. Gli ospiti vengono condotti in un viaggio sensoriale tra ambienti armoniosi, dove elementi classici e contemporanei si fondono, in un ponte tra Africa e Oriente, tra passato, presente e futuro.

Il Lemuria è un santuario naturale, puro e autentico, nato in una leggenda. Da sempre contraddistinto da un forte spirito eco-green, l'hotel ha rafforzato il suo impegno nella conservazione del territorio, con la creazione di un Eco Kiosk dedicato a tutti gli ospiti che desiderano approfondire la conoscenza delle specie locali e che sono interessati alle iniziative ambientali.

Fiore all'occhiello del Constance Lemuria è il programma di protezione delle tartarughe marine, affidato a Robert Matombe, il "turtle manager", che si occupa della salvaguardia di questi animali che nidificano sempre più numerosi sulle spiagge ad Anse Kerlan. Al fine di sensibilizzare gli ospiti sulla giusta condotta da tenere per non disturbare le tartarughe è stata creata la brochure "Eco-Lemuria Turtles", disponibile nelle camere in sei lingue. Gli incontri con le tartarughe verdi ed embricate, sia durante la nidificazione che la schiusa delle uova, sono momenti emozionanti che restano indelebili nella memoria.

Cosa rende una vacanza al Constance Lemuria indimenticabile? Il fatto che dopo avervi trascorso qualche giorno si ha l'impressione di trovarsi davvero nel giardino dell'Eden, protetti da una natura primordiale che si mostra in tutta la sua magnificenza, con colori abbaglianti, dal turchese delle acque di Anse Georgette al rosa delle imponenti rocce granitiche, fino al verde delle palme e della vegetazione che custodiscono una storia di milioni di anni.

Da Praslin il viaggio alle Seychelles si conclude a Mahè, l'isola principale. Qui sorge il Constance Ephelia, affacciato sul Parco nazionale marino



di Port Launay, eletto Indian Ocean's Leading Green Resort 2018, nell'ambito dei prestigiosi premi internazionali World Travel Awards. Sono diverse le attività proposte dal resort per vivere una vacanza all'insegna della scoperta della natura, ad esempio Mangrove talk&walk, una passeggiata all'interno del resort per scoprire le sette specie di mangrovie endemiche e protette, o ancora il trekking alla spettacolare cascata o il percorso adrenalinico della zip-line per ammirare la foresta dall'alto.

La naturalità di Ephelia si ritrova anche nella "U Spa", la più grande dell'oceano Indiano, con ben 5mila mq dedicati al benessere. In questo tempio zen vengono effettuati trattamenti con prodotti ispirati ai fiori e alle piante dell'oceano come zenzero, pompelmo, frangipani, eucalipto, aloe, cocco e ylang ylang. La filosofia green si traduce in una gamma di oli da massaggio, prodotti per il corpo e una linea per il viso di assoluta qualità e purezza, completamente naturali.

Il Signature Massage del Constance Ephelia ha come elemento principale il lemongrass, che cresce nelle aree intorno alla U Spa, così come in tutte le Seychelles. Il trattamento, della durata totale di 90 minuti, inizia con un rituale ai piedi che precede il massaggio. Il terapista picchietta il lemongrass delicatamente sulla schiena e sul retro delle gambe per poi andare a trattare il corpo con olio biologico caldo. L'esperienza termina con un infuso caldo o freddo aromatizzato allo zenzero.

Entrambi i resort possono vantare la certificazione internazionale Green Globe, i cui criteri in termini di sostenibilità sono rigidissimi. Tornando dalle Seychelles, l'emozione che gli ospiti si portano a casa, nel cuore e nei ricordi, si chiama felicità. cod 61632

Per informazioni:

www.constancehotels.com

OSSERVATORIO CORDONS BLEUS

Torino, città gastronomica Chef star e tour al Mercato Centrale





di Toni Sàrcina
presidente Commanderie des Cordons Bleus Italia

Avevo già visto il nuovo "Mercato Centrale" di Torino, il giorno dell'inaugurazione. L'impressione era stata più che positiva anche perché si trattava dell'ultima creatura della famiglia Montano, dopo i successi di Firenze e Roma, e con quello di Milano quasi in dirittura d'arrivo. Questa "vetrina dell'artigianato alimentare", con una serie di eccellenti botteghe, mi aveva convinto a tornare a Torino, accompagnato da un gruppo di gourmet qualificati come i Commandeurs Des Cordons Bleus.

Per rendere l'occasione più ghiotta e interessante, avevamo suddiviso l'incontro in due parti: il giorno precedente, pranzo gourmet presso uno dei più gettonati locali stellati della capitale sabauda e, il mattino seguente, immersione nel "Mercato Centrale".

La sera, per la cena gourmet, il locale prescelto era il Magorabin di corso San Maurizio, nel quale lo chef patron Marcello Trentini, stella Michelin e socio Euro-Toques, coadiuvato da una schiera di giovani cuochi molto capaci, realizza piatti di assoluta eccellenza e originalità. Le specialità servite sono all'altezza della fama dello chef, con numerose sorprese gastronomiche, dal Gianduiotto ripieno di foie gras all'Ostrica con maionese all'arancia, dall'originalissimo Vitello tonnato allo Sgombro alla scapece e in saor, dal Risotto al vermouth ai fantastici Tajarin al burro fino al Maialino e alla serie di dessert.

Il mattino successivo, "full immersion" al nuovo Mercato Centrale nella storica Porta Palazzo, un complesso di grande fascino, 4.500 metri quadrati su tre piani. Ci spostiamo al secondo piano, dedicato agli eventi, dove, in uno spazio a noi riservato, chi scrive tiene una conversazione sull'influenza della cucina sabauda nell'Italia dopo l'unità.

Al termine iniziamo un tour per scoprire le botteghe artigianali (sono 26 ma, per motivi di tempo, dobbiamo selezionarne solo alcune). All'ingresso siamo accolti dalla grande bottega della Pasticceria Siciliana di Carmelo Pannocchietti, dove assaggiamo alcune specialità (arancini, pizza fritta, pane, olio, formaggio e alici con pomodorini secchi); degustiamo tutto bevendo ottimo spumante servito dalla vicina Enoteca di Luca Boccoli. Proseguiamo fermandoci al grande spazio dedicato ai latticini firmato da uno dei più illustri produttori d'Italia, Beppino Occelli, con il celeberrimo burro che non possiamo non gustare, insieme al pane casereccio preparato sempre in loco dal fornaio Raffaele D'Errico. Abbiamo il tempo per degustare alcuni formaggi d'autore, visitare la "camera di affinamento" e poi trasferirci alla Farmacia Del Cambio per il pranzo, curato da Matteo Baronetto: ottimo vitello tonnato, i classici e buonissimi Agnolotti al sugo d'arrosto e il fantastico Merluzzo fresco con zucchine e pesto. Bella esperienza e vivo desiderio di tornare ancora per le altre botteghe.

cod 61663



Filippo Magnani

Da vent'anni l'Indiana Jones dell'enoturismo

Venti anni di attività nel mondo del vino e del turismo. **Filippo Magnani** nel luglio 1999 creò a Suvereto, in Toscana, Fufluns Wine Tour per confezionare tour e itinerari improntati al Made in Italy enogastronomico. «A 26 anni - ricorda - iniziai a creare i primi tour sulla costa livornese, tra Bolgheri e Suvereto. Proponevo escursioni di quattro ore alle famiglie tedesche. Oggi mi muovo in tutta Italia, con un team operativo e una decina di wine guides». Le esperienze di viaggio che propone si rivolgono sia a viaggiatori internazionali, appassionati di vino, di cibo, delle bellezze e dello stile di vita dell'Italia, sia a professionisti del settore enogastronomico come importatori, sommelier, wine club, giornalisti, produttori e ristoratori da tutto il mondo.

Quando Filippo Magnani avviò la sua attività nessuno era in grado di prevedere le potenzialità del turismo enogastronomico. In pochi ne parlavano. «Fin dall'inizio - racconta - per progettare itinerari su misura e di un certo livello ho cercato di viaggiare in lungo e in largo in Italia e all'estero, per conoscere da vicino i territori e le persone del vino».

Lo scorso maggio Fufluns di Filippo Magnani è stato selezionato dal circuito regionale delle cantine di design per promuovere l'esperienza di un inedito tour a tema architettura. Toscana Wine Architecture promuove il territorio attraverso il legame tra vino e architettura coniugandolo con l'arte dell'accoglienza.

«Sono coinvolto nel mondo del vino, da molti anni, non soltanto con i tour ma anche con altre attività». Vanta infatti la collaborazione con testate specializzate, nonché l'organizzazione dei corsi della Wine & Spirit Education Trust in Italia, di educational tour per stampa e buyer di settore e di eventi b2b, fino alle docenze universitarie presso istituti di formazione privati sul tema dell'accoglienza e dell'ospitalità nelle aziende vinicole.

In occasione del 20° anno dalla fondazione sono stati presentati i due nuovi siti internet - quello "personale" **www.filippomagnani.it** e quello "istituzionale" **www.fufluns.com** - che separano i due filoni concettuali su cui si articola l'attività (vino e turismo), rinnovando e attualizzando così la presenza nel mondo digitale. cod 61582

IL COMMENTO



di Roberto Vitali

Turismo, i giovani non vogliono lavorare

"La ristorazione traino dell'occupazione, anche d'estate". È il titolo di un breve ma significativo comunicato diffuso l'11 giugno scorso dalla Fipe, Federazione italiana pubblici esercizi. «I dati Excelsior sui fabbisogni occupazionali delle imprese in giugno - vi si legge - parlano chiaro: a trainare la domanda di assunzioni è la filiera turistica e il ruolo di primo piano spetta alla ristorazione. Il fatto più preoccupante è che in un caso su 4 le imprese hanno difficoltà a trovare figure professionali adeguate al profilo richiesto, soprattutto tra il personale di sala».

Questa, purtroppo, è la drammatica realtà che anche noi di Italia a Tavola riscontriamo ogni giorno. La lamentela che ascoltiamo da ristoratori e albergatori è proprio questa: la mancanza di leve nuove, di giovani cuochi e camerieri che amino il lavoro e siano preparati per svolgere un proprio ruolo nel mondo dell'accoglienza, un settore sempre più strategico per l'economia nazionale.

Abbiamo scritto e riscritto in questi anni come il turismo dovrebbe essere la prima voce per rimpinguare le casse dello Stato. Alcuni politici pare l'abbiano capito. Imprenditori italiani e stranieri sono invogliati a investire sulle coste, sui laghi e sulle montagne, luoghi di eccezionale attrattiva che solo noi abbiamo così belli, vari e ricchi di storia, arte ed enogastronomia. Un paradiso terrestre (salvo le rovine ecologiche sparse qua e là per colpa nostra), ma è un vero harakiri per il Paese il fatto che i giovani non siano preparati e non abbiano voglia di sacrificarsi. cod 61773

Fashion & food
Due mondi sempre più uniti



Il binomio cibo-moda è sempre più indissolubile. Le occasioni d'incontro e di reciproca ispirazione sono molto frequenti. Del resto, le similitudini sono molteplici: la cura maniacale per i dettagli, la ricerca e la sperimentazione, la creatività, la manipolazione dei materiali, la selezione dei giusti ingredienti. Molte case di moda prendono spesso ispirazione dal cibo per realizzare le loro collezioni. Sulle passerelle di Dolce & Gabbana abbiamo visto sfilare abiti con stampe che richiamano la pasta, il cartone della pizza e molti riferimenti all'orgoglio siciliano. Anche Jeremy Scott, nella sua prima collezione per Moschino, ha realizzato abiti che rappresentano tavolette di cioccolato e sacchetti di patatine.

L'ultima novità è stata presentata quest'anno da Gcds (God can't destroy streetwear), che ha ridisegnato l'iconico pack di pasta Barilla: la confezione di spaghetti è diventata fucsia, il colore più rappresentativo dello stile del creative director Giuliano Calza. È stata presentata anche la capsule collection unisex con la scritta YesCarbs, un invito alla dieta mediterranea. Con questa operazione, ciò che è considerato dall'immaginario comune come una "commodity" può diventare un oggetto "premium", proprio come un abito di haute couture. L'azienda leader nel settore della pasta ha utilizzato la sfilata nella città italiana della moda per eccellenza con il fine di aprirsi alla sperimentazione e conquistare una target-audience completamente nuova.

C'è anche chi, come "Taste of runway", ha deciso di utilizzare questo binomio come linea editoriale del suo blog. Anna Marconi, infatti, offre ogni giorno ai suoi follower ricette di cucina ispirandosi agli outfit che sfilano sulle passerelle di tutto il mondo.

La contaminazione di questi due mondi non è solo in passerella o sul web, ma la si ritrova ogni giorno sugli scaffali del supermercato. Coca-Cola ha siglato negli anni collaborazioni con importanti case di moda. Da Moschino a Blumarine, ogni brand ha realizzato una limited edition totalmente in linea con il loro design, trasformando la più classica bottiglia di vetro in un oggetto glamour da collezione. Il gusto made in Italy di Disaronno è sottolineato dai co-branding che ha realizzato nel tempo: quelle con Missoni, Etro, Moschino, Cavalli e Versace sono solo alcune delle partnership messe in atto negli ultimi anni.

Anche Dolce & Gabbana ha voluto esaltare l'italianità proponendo una collaborazione con Smeg: dalla linea Frigoriferi d'arte, dove sono stati realizzati 100 frigoriferi dipinti a mano dagli artisti della maison per un prezzo da capogiro, a Sicily is my love, la collezione di piccoli elettrodomestici come linea prêt-à-porter, questo sodalizio creativo mostra come moda e food siano indissolubilmente legati.

Non è un caso che moltissime case di moda abbiano investito nella ristorazione. Da Ralph Lauren a Bulgari, da Armani a Gucci, sono sempre di più i brand che decidono di aprire locali e ristoranti con una cucina dal "taglio sartoriale", dove la firma dello chef assume lo stesso valore di quella di uno stilista. Secondo uno studio del Boston Consulting Group, i consumatori spendono circa 522 miliardi di euro all'anno in attività di "lusso esperienziale". Con la ristorazione e l'hospitality, che conferiscono una dimensione sociale al brand, l'alta moda cerca di raggiungere nuovi consumatori offrendo loro un'esperienza del marchio a 360 gradi. cod 61563

Per informazioni: **www.jacleroi.com**

XXXI° Edizione



festAmbiente

#salvailclima | Festival nazionale di ecologia e solidarietà



www.festambiente.it

14 | 18 AGOSTO
Rispescia (GR)

RISTORANTI TIPICI E CIBO | DEGUSTAZIONI | **CONCERTI E SPETTACOLI**

LA CITTÀ DEI BAMBINI | **SCIENZAMBIENTE** | CLOROFILLA FILM FESTIVAL

AREA ESPOSITIVA | CONFERENZE | **SPORT**



Infoline 0564 48771 | info@festambiente.it

festAmbientenet
la rete dei festival di Legambiente



Con il patrocinio di



Italia a Tavola

NETWORK DI COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE



Edizioni Contatto srl
via Piatti, 51 · 24030 Mozzo (Bg)

Direttore responsabile
Alberto Lupini · alberto.lupini@italiaatavola.net

Redazione
Tel 035 460563 · Fax 02 700557702 · redazione@italiaatavola.net

Matteo Scibilia (*responsabile scientifico*) · matteo.scibilia@italiaatavola.net
Roberto Vitali (*editorialista*) · roberto.vitali15@alice.it
Gabriele Ancona (*vicedirettore*) · gabriele.ancona@italiaatavola.net
Lucio Tordini (*coordinatore di redazione*) · lucio.tordini@italiaatavola.net
Piera Genta (*inviata*) · piera.genta@italiaatavola.net
Federico Biffignandi (*redattore*) · federico.biffignandi@italiaatavola.net
Sergio Cotti (*redattore*) · sergio.cotti@italiaatavola.net
Marco Di Giovanni (*redattore*) · marco.digiovanni@italiaatavola.net
Elisabetta Passera (*segreteria*) · redazione@italiaatavola.net
Riccardo Melillo (*grafica e impaginazione*) · riccardo.melillo@italiaatavola.net
Alessandro Venturini (*social media manager*) · alessandro.venturini1992@gmail.com

Comitato scientifico
Giorgio Antonio Donegani, Massimo Artorige Giubilesi, Sergio Mei, Matteo Scibilia

Editore
Mariuccia Passera · mariuccia.passera@italiaatavola.net

Amministrazione
segreteria@italiaatavola.net

Pubblicità, eventi e marketing
Tel 035 615370 · Fax 035 5096886 · direzionecommerciale@italiaatavola.net
Andrea Lupini (*direttore commerciale e iniziative speciali*) · andrea.lupini@italiaatavola.net
Laura Miedico (*responsabile direzione commerciale*) · laura.miedico@italiaatavola.net
Livia Gerosa · livia.gerosa@italiaatavola.net · Brian Vavassori · brian.vavassori@italiaatavola.net

Corrispondenti di zona
Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta · Piera Genta · piera.genta@italiaatavola.net · 335 6438533
Lombardia orientale · Renato Andreolassi · renato.andreolassi@alice.it · 336 722309
Pavia-Piacenza · Stefano Calvi · s.calvi@ilquattro.it · 335 5615736
Veneto · Giulia Marruccelli · gmarruccelli@yahoo.it · 347 0452739
Belluno-Bolzano-Trento · Lina Pison · linapison@gmail.com · 346 6658851
Friuli Venezia Giulia · Liliana Savioli · lilli_sa@hotmail.com · 338 3128383
Emilia Romagna · Roberto Zoli · zoliroberto@gmail.com · 335 6314125
· Giuseppe De Biasi · dbpino60@gmail.com · 327 6216805
Toscana e Umbria · Alessandro Maurilli · a.maurilli@almapress.net · 320 7668222
· Claudio Zeni · zeniclaudio@alice.it · 347 7724077
Lazio · Mariella Morosi · mariellamorosi@hotmail.com · 335 1250106
Marche · Benedetta Gandini · b.gandini22@gmail.com · 339 1889648
· Carla Latini · carla@carlalatini.com · 393 5727633
Abruzzo · Monica Di Pillo · monica.dipillo@yahoo.com · 329 3022142
Campania e Molise · Vincenzo D'Antonio · vincenzo.dantonio@italiaatavola.net · 329 9092374
Puglia · Sandro Romano · sralessandroromano@gmail.com · 339 6314601
Calabria · Tommaso Caporale · dodicialitro@gmail.com · 393 6287001
Sicilia · Gianni Paternò · giopate@libero.it · 334 7691599
· Piero Rotolo · pierotolo@tin.it · 338 5424458
Svizzera (Canton Ticino) · Rocco Lettieri · simpatico.melograno@tin.it · 368 925312

luglio / agosto 2019 · anno XXXIII · n. 271 - Italia a Tavola è una rivista di aggiornamento professionale, cultura enogastronomica e turismo per l'Horeca. Si rivolge ad alberghi, ristoranti, trattorie, pizzerie, bar, cuochi, pasticceri, maitre, assaggiatori, barman, sommelier, enti, aziende e associazioni del settore in tutta Italia.

Collaboratori di questo numero
Nadia Afragola, Giovanni Angelucci, Federico Anzellotti, Valerio Beltrami, Fausto Borella, Alessandro D'Andrea, Alessio Decina, Enrico Derflingher, Guerrino Di Benedetto, Leonardo Felician, Massimo Artorige Giubilesi, Ezio Indiani, Carmine Lamorte, Ernesto Molteni, Rocco Pozzulo, Fulvio Raimondi, Marco Reitano, Guido Ricciarelli, Claudio Riolo, Toni Sàrcina, Lucia Siliprandi, Eros Teboni

Foto gettyimages® 2019 - Italia a Tavola

- Il quotidiano www.italiaatavola.net
- Le newsletter settimanali
- La rivista mensile
- La web tv
- Una community con oltre 200.000 utenti
- La App Italia a Tavola

SEGUICI SU:







ABBONATI

Tariffe per l'abbonamento annuale:
Abbonamento nazionale € 39,00.
Per sottoscrivere il tuo abbonamento a 10 numeri della rivista e scegliere la modalità di pagamento che preferisci (online, bollettino postale, bonifico ecc.) visita il sito www.italiaatavola.net/abbonamenti
Abbonamento estero € 99,00

Partner di:



Stampa: Graphicscalve SpA
via Dei Livelli di Sopra, 6/A - 24060 Costa di Mezzate (Bg)
Coordinamento editoriale e diffusione: Addressvitt
Registrazione del Tribunale di Bergamo n. 39 del 21/11/88
Iscrizione al Roc (Registro degli operatori di comunicazione) n.10548.
Chiuso in tipografia il 12 luglio 2019

Azienda associata



